



Высшая
школа менеджмента
Санкт-Петербургского
государственного университета



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

РОССИЯ 2011



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

РОССИЯ 2011

Редакторы — составители:

О. Р. Верховская

М. В. Дорохина

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.

Настоящий отчет основан на данных, собранных консорциумом GEM, тем не менее ответственность за их анализ и интерпретацию полностью лежит на авторах.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2011» — шестой российский отчет в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM). Задача этого отчета — познакомить российских предпринимателей, экспертов в области предпринимательства и другие заинтересованные стороны с общими положениями проекта и основными результатами исследования 2011 г.

С момента своего возникновения в 1997г. GEM является одним из наиболее влиятельных исследовательских проектов, изучающих взаимоотношения между предпринимательством и экономическим ростом.



УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА GEM РОССИЯ

Проект реализуется в России исследовательской группой Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета и Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (Москва).

КОМАНДА НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА – ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ (МОСКВА)



Руководитель: А. Ю. Чепуренко
Зам. руководителя: О.И. Образцова, М.В. Габелко,
 Ю.В. Демьянова, Е.И. Мурзачева

КОМАНДА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕНЕДЖМЕНТА СПбГУ



Высшая школа менеджмента

Санкт-Петербургского государственного университета

Руководитель: О. Р. Верховская
Исследователи: М. В. Дорохина, Д. Дашкевич,
 М. Балабанова, С. Чернышев

БЛАГОДАРНОСТЬ

Исследовательская группа Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета и Научно-учебной лаборатории исследований предпринимательства Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (Москва) выражают благодарность:

- Citi Foundation;
- НУЛ исследований предпринимательства НИУ ВШЭ – Центру фундаментальных исследований НИУ ВШЭ;
- Санкт-Петербургскому региональному общественному фонду «Благотворительный фонд развития Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета»

за финансовую поддержку исследовательского цикла проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» в 2011 г.

Перечень рисунков

- Рис. 1. Типы экономик
- Рис.2. Концептуальная модель GEM
- Рис. 3. Предпринимательский процесс и базовые понятия проекта GEM
- Рис. 4. Оценка факторов восприятия предпринимательства в России, 2011 г., %
- Рис. 5. Оценка условий для начала бизнеса предпринимателями и непредпринимателями, 2011 г., %
- Рис. 6. Оценка факторов восприятия предпринимательства непредпринимателями, 2011 г., %
- Рис. 7. Классификация стран-участниц GEM по доле населения, оптимистично оценившего условия предпринимательской активности, 2011 г.
- Рис. 8. Распределение стран-участниц GEM по доле населения, оптимистично оценившего условия предпринимательского старта, 2011 г., %
- Рис. 9. Влияние оптимистичности непредпринимателей в отношении условий предпринимательского старта на уровень ранней предпринимательской активности, 2011 г., %
- Рис. 10. Динамика предпринимательских намерений в России, 2006–2011 г. гг., %
- Рис. 11. Оценка факторов восприятия предпринимательства в зависимости от предпринимательских намерений, 2011 г., %
- Рис. 12. Индекс предпринимательской активности в странах–участницах GEM и ВВП на душу населения, 2011 г., %
- Рис. 13. Динамика предпринимательской активности в России, 2006–2011 гг., %
- Рис. 14 . Структура мотивации раннего предпринимательства в России, 2011 г., %
- Рис. 15. Динамика структуры мотивации раннего предпринимательства, 2006–2011 гг.
- Рис. 16. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2006-2011 г., %
- Рис. 17. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2006-2011 г., %
- Рис. 18. Гендерные различия в оценке предпринимателями факторов восприятия предпринимательства, 2011 г., %
- Рис. 19. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по возрастным группам, 2011 г., %
- Рис. 20. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования, 2011 г., %
- Рис. 21. Активность нарождающихся предпринимателей и респондентов, имеющих предпринимательские намерения по типу занятости, 2011 г., %
- Рис. 22. Ранняя предпринимательская активность в различных типах поселений, 2011 г., %
- Рис. 23. Секторальное распределение российских предпринимателей, 2011 г., %
- Рис. 24. Значение коэффициента расширения предпринимательства в различных типах экономик, 2011 г., %
- Рис. 25. Структура предпринимателей, закрывших бизнес, 2011 г., %
- Рис. 26. Причины выхода из бизнеса, 2011 г., %
- Рис. 27. Внешнее и внутреннее финансирование ранних предпринимателей, 2006-2011 г., %
- Рис. 28. Структура привлечения источников финансирования ранними предпринимателями, 2006-2011 г., %
- Рис. 29. Распределение неформальных инвесторов по типу экономической активности в России, 2006-2011 г., %
- Рис. 30. Распределение неформальных инвесторов по типам заемщиков, 2006-2011 г., %
- Рис. 31. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение пяти лет, 2011 г., %
- Рис. 32. Новизна продукта/услуг ранних и устоявшихся предпринимателей, 2011 г., %
- Рис. 33. Конкурентное окружение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2011 г., %
- Рис. 34. Использование новейших и новых технологий ранними и устоявшимися предпринимателями, 2011 г., %
- Рис. 35. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции ранних и устоявшихся предпринимателей по ряду стран, %, 2011 г.
- Рис. 36. Активность предпринимателей в высокотехнологичном секторе, 2011 г., %
- Рис. 37. Распределение стран по уровню внутрифирменного предпринимательства, 2011 г., %
- Рис. 38. Средние значения экспертных оценок структурных факторов развития предпринимательства в России, 2011 г.
- Рис. 39. Оценка российскими экспертами факторов, препятствующих и способствующих развитию предпринимательства, 2011 г., %
- Рис. 40. Рекомендации экспертов и предпринимателей по улучшению предпринимательского климата в России, 2011 г., %
- Рис. 41. Уровень бюрократии в странах–участница проекта, 2011 г.
- Рис. 42. Внедрение научно-технических разработок в странах–участницах проекта, 2011 г.
- Рис. 43. Барьеры входа на рынок в странах–участницах проекта, 2011 г.
- Рис. 44. Защита прав интеллектуальной собственности в странах–участницах проекта, 2011 г.

Перечень таблиц

- Табл. 1. Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM
- Табл. 2. Предпринимательская активность в странах–участницах GEM по стадиям экономического развития, 2011 г., %
- Табл. 3. Структурные условия развития предпринимательства

СОДЕРЖАНИЕ

ЧТО ТАКОЕ GEM? 8

Цели проекта 8

Методы сбора информации. 8

Концептуальная модель gem 9

Методы сбора информации. 10

Типы предпринимательства. 12

ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ 13

Оценка факторов восприятия предпринимательства непредпринимательской частью населения 14

Влияние оценки условий предпринимательского старта на раннюю предпринимательскую активность 16

Предпринимательский потенциал 19

Предпринимательские намерения 19

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ–УЧАСТНИЦАХ GEM 21

Предпринимательская активность 21

Предпринимательская активность в России. 26

Мотивы предпринимательской деятельности 27

Социально-демографические характеристики российского предпринимателя. 29

Секторальное распределение 35

Заккрытие бизнеса 36

ФИНАНСИРОВАНИЕ РАННЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. 39

Спрос на источники финансирования раннего предпринимательства в России в 2006-2011 гг. 39

Динамика предложения неформального капитала в России в 2006-2011 гг. 41

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ 44

Предприниматели с высоким потенциалом роста 44

Инновационность 45

Внутрифирменное предпринимательство. 50

АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES) 51

Структурные условия предпринимательства в международном сопоставлении 56

ЛИТЕРАТУРА 60

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ. 60

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА GEM РОССИЯ 62

ЧТО ТАКОЕ GEM?*

Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor — GEM) является проектом ведущих бизнес-школ мира по организации страновых исследований развития предпринимательства и обмену информацией о состоянии предпринимательской активности.

Проект GEM возник в 1997 г. по инициативе ведущих ученых из Великобритании, США, Финляндии и Ирландии. Институционально этот проект поддерживается двумя основными в области исследования предпринимательства учреждениями — Babson College (США) и London Business School (Великобритания). В 1999 г. был опубликован первый годовой отчет, в подготовке которого приняли участие 10 стран, в 2000 г. — уже 20, а в 2011 г. — 55 стран, включая Россию. В настоящее время проект GEM представляет собой крупнейшее исследование в области предпринимательства по количеству наблюдений.

Россия принимает участие в проекте с 2006 г. силами исследовательских коллективов Высшей школы менеджмента СПбГУ (Санкт-Петербург) и НИУ Высшая школа экономики (Москва).

Несмотря на широко признанное мнение о том, что предпринимательство является двигателем экономики, механизм взаимодействия между предпринимательством и экономическим ростом остается не полностью изученным. Одним из основных препятствий для глубокого изучения этого взаимодействия, выступает недостаток эмпирических данных, позволяющих судить о его наличии и возможностях. Для восполнения этого пробела в ходе реализации проекта создается уникальная (по методологической сопоставимости), ежегодно обновляемая база данных, являющаяся источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях.

ЦЕЛИ ПРОЕКТА

GEM акцентирует внимание на следующих основных целях:

- сравнение уровней предпринимательской активности между странами;
- определение факторов, влияющих на уровень предпринимательской активности (как стимулирующих,

так и ограничивающих предпринимательскую деятельность);

- установление различий в уровнях предпринимательской активности и связи с экономическим ростом;
- выявление мер по увеличению предпринимательской активности на национальном уровне.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

• **Опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Surveys — APS)** с помощью специально разработанных анкет. GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респон-

дента к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидуумов в предпринимательский процесс. Минимальный размер выборки для проведения исследования составляет 2 тыс. человек.

Для реализации методологии GEM при проведении

опроса взрослого трудоспособного населения в России использовалась многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая взрослое население России в возрасте от 18 лет до 64 лет, объемом 7500 респондентов. В исследование не были включены: лица, проходящие срочную службу в армии; лица, находящиеся в местах лишения свободы, проживающие в монастырях и других закрытых территориях; лица, проживающие в малых деревнях и селах, насчитывающих менее 50 жителей; жители Чеченской Республики и Республики Ингушетия; жители районов Крайнего Севера с низкой плотностью населения (Ненецкого АО, Ямало-Ненецкого АО, Таймырского АО, Эвенкийского АО, Чукотского АО и Сахалинской области).

При проектировании выборки использовались данные официальной статистики Росстата о численности населения России и его половозрастной и территориальной структуре. Опрос проводился специалистами Левада-Центра, методом формализованного интервью «лицом к лицу». Для проведения обследования переведенная на русский язык анкета, разработанная международным консорциумом The Global Entrepreneurship Monitor (GEM), была адаптирована для проведения опроса в условиях России. Российский вариант анкеты состоял из двух частей: первая часть содержала вопросы для всего населения, вторая — вопросы для респондентов, так или иначе включенных в предпринимательскую деятельность. Работа интервьюеров контролировалась по телефону, повторным посещением и по почте. Ошибка выборки составляет в среднем менее 0,01%.

- Для оценки структурных условий предпринимательства используются экспертные оценки — **национальные экспертные интервью (National**

Expert Surveys — NES) — опрос по специально разработанным анкетам и глубинные интервью с предпринимателями и экспертами в области предпринимательства. Ответы объединены в 10 групп в соответствии с классификацией, предлагаемой методикой GEM, в которой определены основные показатели внешней среды, влияющие на предпринимательскую активность и экономический рост. Для отбора экспертов была разработана полустандартизованная процедура. В выборке 2011 г. представлено 36 экспертов. Выборки экспертов, составленные национальными командами, включают: респондентов разного пола; лиц, обладающих различным опытом в соответствии со структурными условиями; лиц из различных географических областей, охватывающих национальный, региональный и местный уровни.

Выборка респондентов должна охватывать как «предпринимателей», так и «профессионалов»:

«предприниматели» — респонденты с опытом практической предпринимательской деятельности, в том числе в рамках одного и более структурного условия. Они отбираются прежде всего на основе активного опыта предпринимательской деятельности в стране. Например, это учредители компаний или организаций;

«профессионалы» — респонденты, непосредственно вовлеченные в реализацию или оценку какого-либо структурного условия предпринимательства в стране. В качестве экспертов могут выступать политики, ученые, правительственные чиновники или другие профессионалы, работающие в сфере предпринимательства.

- **Национальная экономическая и демографическая статистика.**

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ GEM

Исследования в рамках проекта GEM показали, что взаимосвязь между предпринимательской активностью и экономическим ростом зависит от экономического развития страны. С 2008 г. исследовательский комитет GEM вслед за Global Competitiveness Report (2008) ввел типологию экономик, которая включает в себя страны с ресурс-

но-ориентированными экономиками (factor-driven economies), страны с эффективностно-ориентированными экономиками (efficiency-driven economies) и страны с инновационно-ориентированными экономиками (innovation-driven economies). Описание этих стадий экономического развития представлено на рис. 1.

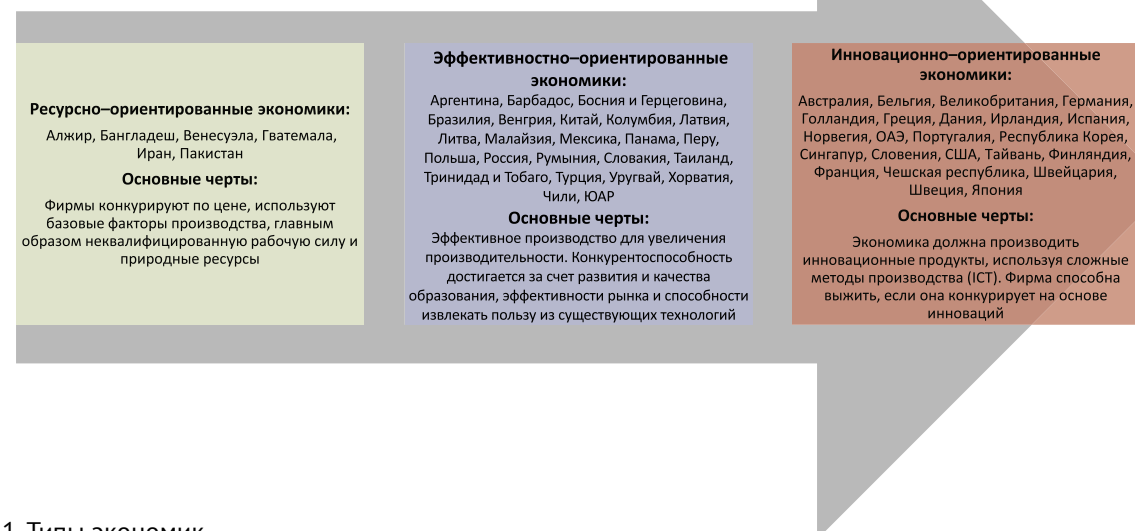


Рис. 1. Типы экономик

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

В рамках исследования используется достаточно широкое определение предпринимательства, которое подчеркивает роль индивидуума в предпринимательском процессе. Предпринимательство — это любая попытка создания нового бизнеса или компании (индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация, расширение уже существующего бизнеса), предпринятая отдельным лицом, группой лиц или ранее существовавшими компаниями [Reynolds, 2005]. В GEM внимание концентрируется на предпринимательском поведении индивидуумов, которые создают и управляют бизнесом, в отличие от других исследований, фиксирующих главным образом регистрацию (новых) компаний.

Во всем многообразии определений и понимания понятия «предпринимательство» можно выделить три основных компонента: отношение к предпринимательству, предпринимательская активность и предпринимательские устремления.

Отношение к предпринимательству отражает общее настроение населения к предпринимателям и предпринимательству в целом. Наличие в стране людей, не только способных распознать новые бизнес-возможности, но и имеющих достаточно знаний и опыта для их реализации, значительно влияет на развитие страны.

Отношение к предпринимательству в обществе оказывает влияние на предпринимательскую активность, и наоборот. Например, признание предпринимательства в обществе, которое выражается в положительном отношении населения к нему, находится

под влиянием того, знают ли люди кого-нибудь, кто недавно начал свое собственное дело. Это отражает как уровень предпринимательской активности, так и развитость бизнес-сообщества.

Важной характеристикой потенциального предпринимательства является количество людей, планирующих открыть свой бизнес. Уровень предпринимательской активности в стране в будущем тем выше, чем в настоящее время больше жителей, обладающих предпринимательскими намерениями, т.е. желанием создать собственный бизнес.

Предпринимательская активность является многосторонним понятием и описывает вовлеченность населения в создание новых компаний, управление растущими и устоявшимися компаниями, а также закрытие бизнеса.

Предпринимательская активность — это динамический процесс, поэтому в GEM анализируются различные стадии развития предпринимательства: от замысла создания компании — к нарождающимся предпринимателям и до ранних и устоявшихся компаний. Исследование многообразия составляющих предпринимательской активности позволяет увидеть отличия в процессе создания новых компаний на разных стадиях экономического развития страны. Так, можно предположить, что количество нарождающихся предпринимателей и владельцев вновь созданного бизнеса будет выше в ресурсно-ориентированных экономиках, поскольку большинство из них мотивировано экономической необходимостью. В инновационно-ориентированных странах предполагается большее

количество инновационно-ориентированных предпринимателей по сравнению с ресурсно- и эффективно-ориентированными.

Предпринимательские устремления отражают качественную природу предпринимательской активности. В проекте GEM для их измерения разработана система индикаторов, таких как представление на рынок новых продуктов, внедрение новых производственных процессов, ориентация на внешние рынки, развитие компании. Если эти устремления реализуются, то они оказывают значительное влияние на экономический вклад от предпринимательской деятельности. Таким образом, продуктовые и процессные инновации, интернационализация и ожидание роста компании являются отличительными чертами «высокопритязательного» предпринимательства, нацеленного на высокие достижения.

В обновленной концептуальной модели GEM утверждается, что различные факторы внешней среды (рамочные условия предпринимательства) влияют на деловую и предпринимательскую активность как устоявшихся предпринимателей, так и владельцев вновь созданного бизнеса. Описание национальных условий ресурсно- и эффективно-ориентированных стран заимствованы из Global Competitiveness Report (GCR) 2008 [Porter, Schwab, 2008]. Что касается инновационно-ориентированных стран, то обновленная модель GEM дополняет GCR, выделяя те условия внешней среды, которые характерны для предпринимательства,

а недостаточность предпринимательской активности рассматривается как препятствие для инновационной экономики в достижении экономического роста. Важно понимать, что все указанные условия присутствуют в экономическом развитии каждой страны, но их вклад может различаться в зависимости от типа экономики.

Модель GEM представлена на рис. 2. Для ресурсно-ориентированных стран акцент сделан на базовые условия, такие как развитие институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здравоохранение и начальное образование. Эти требования поддерживают вынужденное предпринимательство, основанное на необходимости («предпринимательство по необходимости»), и слабо обеспечивают возможности для развития добровольного предпринимательства, основанного на использовании возможности. В процессе экономического развития и увеличения экономики за счет роста масштаба производства становятся важными другие условия, которые обеспечивают надежное функционирование рынка и экономическую эффективность. К ним относятся высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность товарного рынка и рынка труда, развитость финансового рынка, технологическая подготовленность. Для экономик, основанных на инновациях, рамочные условия предпринимательства становятся более важными стимулами экономического развития, чем базовые условия или условия экономической эффективности.

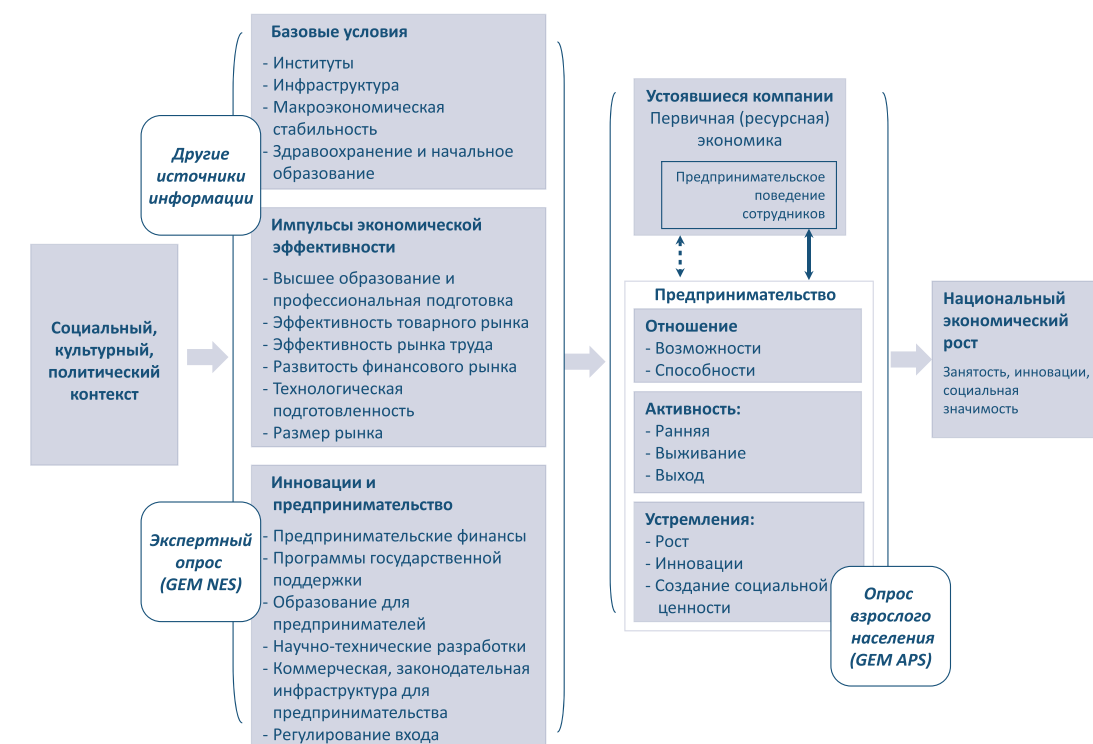


Рис. 2. Концептуальная модель GEM

В совокупности указанные факторы способствуют созданию новых компаний и воздействуют на предпринимательский климат, влияя тем самым на экономический рост и уровень занятости в экономике.

ТИПЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Важной составляющей понимания предпринимательства в проекте GEM является то, что предпринимательство — это процесс, охватывающий все стадии жизненного цикла: от потенциальных предпринимателей через замысел компании — к ранней стадии (нарождающиеся предприниматели); от новых компаний (владельцы вновь созданного бизнеса) — к устоявшемуся бизнесу (устоявшиеся предприниматели). Закрепление бизнеса можно рассматривать также как этап предпринимательского процесса: предприниматели, приобретшие опыт, могут делиться им с другими предпринимателями или начать другой бизнес.



Рис. 3. Предпринимательский процесс и базовые понятия проекта GEM

На рис. 3 описывается предпринимательский процесс и определяются базовые понятия GEM:

- **потенциальные предприниматели** (potential entrepreneurs) — те, кто видит возможности во внешней среде для создания собственного дела и уверены в наличии знаний, необходимых для управления собственной компанией. Важной характеристикой является наличие людей имеющих предпринимательские намерения (entrepreneurial intentions), т.е. тех, кто планирует организацию бизнеса в ближайшие три года;
- **ранние предприниматели*** (early-stage entrepreneurs), в том числе:

- **нарождающиеся предприниматели** (nascent entrepreneurs) — те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса; они владеют всем или долей в созданном бизнесе, однако заработная плата и другие виды вознаграждений не выплачивались

более трех месяцев;

- **владельцы вновь созданного бизнеса** (owners of new business) — те, кто управляет вновь созданным предприятием и получает доход менее 3,5 лет;

- **устоявшиеся предприниматели**, или **владельцы устоявшегося бизнеса** (owner-manager of established business) — те, кто владеет и управляет бизнесом и получает связанные с этим доходы более 42 месяцев.

Нарождающиеся предприниматели и владельцы вновь созданного бизнеса образуют динамичный показатель ранней предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity Index — TEA Index) в стране. Даже если нарождающиеся предприниматели не преуспели в создании своей компании, сам факт их выхода на рынок можно рассматривать положительно с точки зрения повышения конкуренции для уже существующих компаний.

ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ

Отношение к предпринимательству отражает общие настроения населения к предпринимательству в целом и предпринимателям в частности, что порождает не только благоприятный социально-психологический климат для развития предпринимательства в стране, но и стимулирует привлечение финансовых ресурсов, развитие инфраструктуры и бизнес-сообщества.

Факторы, значимые для начала предпринимательской деятельности, включают в себя как индивидуальные характеристики, так и национальные особенности развития предпринимательства. В модели GEM измеряются следующие индикаторы:

Индивидуальные характеристики

- оценка благоприятности внешней среды для начала бизнеса в ближайшие 6 месяцев в местности, где проживает респондент;
- наличие у индивида предпринимательских способностей, которые зависят от оценки им знаний, квалификации и опыта для начала предпринимательской деятельности;
- боязнь провала бизнеса, препятствующая организации собственного дела;
- наличие в окружении индивида, который за последние 2 года открыл бизнес.

Национальные особенности

- существующая в обществе система ценностей, включающая в себя в том числе: ценность предпринимательства для развития карьеры, престижность предпринимательства в обществе и стремление к высоким стандартам жизни;
- общественное мнение о предпринимательстве, которое во многом формируется посредством участия СМИ в создании успешного образа предпринимателя.

Для оценки возможностей развития предпринима-

тельства в стране респондентам предлагается ответить на вопрос о том, считают ли они, что в их стране/регионе в ближайшие полгода будут сформированы благоприятные условия для создания бизнеса. В целом благоприятная оценка внешних возможностей положительно влияет на уровень предпринимательской активности, однако речь идет не столько о фактическом состоянии среды, сколько о том, как население воспринимает открывающиеся перспективы создания бизнеса. На восприятие бизнес-возможностей влияет множество факторов, включая общеэкономические условия развития страны/региона, развитость культуры предпринимательства, исторический опыт, образование.

Уровень предпринимательской активности (на стадии потенциального, раннего или устоявшегося предпринимательства) является своего рода откликом на взаимодействие сложившихся представлений индивида о внешних возможностях для предпринимательства и его собственных способностях (компетенций) к такой деятельности. Только когда в представлениях населения внешние возможности дополняются необходимыми компетенциями, экономика и общество получают социальную страту, которая представляет собой потенциал пополнения предпринимательских рядов.

Особое значение фактор самооценки компетенций оказывает в условиях экономической рецессии и кризиса, в том числе под влиянием негативной экономической информации, распространяемой через СМИ. Следовательно, изучение факторов повышения самооценки населением способностей к бизнесу может быть использовано для прогнозирования развития предпринимательского потенциала, что в настоящее время актуально для российской социально-экономической среды, в том числе из-за возрастающей напряженности на рынке труда и других проявлений кризиса.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НЕПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЧАСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ*

Непредпринимательский слой составляет взрослое население за исключением активных предпринимателей. Эта группа очень обширна — 92,8% взрослого населения России. Основная часть населения России не только не имеет отношения к предпринимательству, но и не рассматривает начало бизнеса как вариант развития карьеры.

Оценки национальных и культурных особенностей

восприятия предпринимательства респондентами, являющимися активными предпринимателями и непредпринимателями совпадают, структура распределения ответов для двух сравниваемых групп населения практически идентична. Однако индивидуальное восприятие условий начала бизнеса предпринимателями и непредпринимателями существенно расходится (рис. 4).

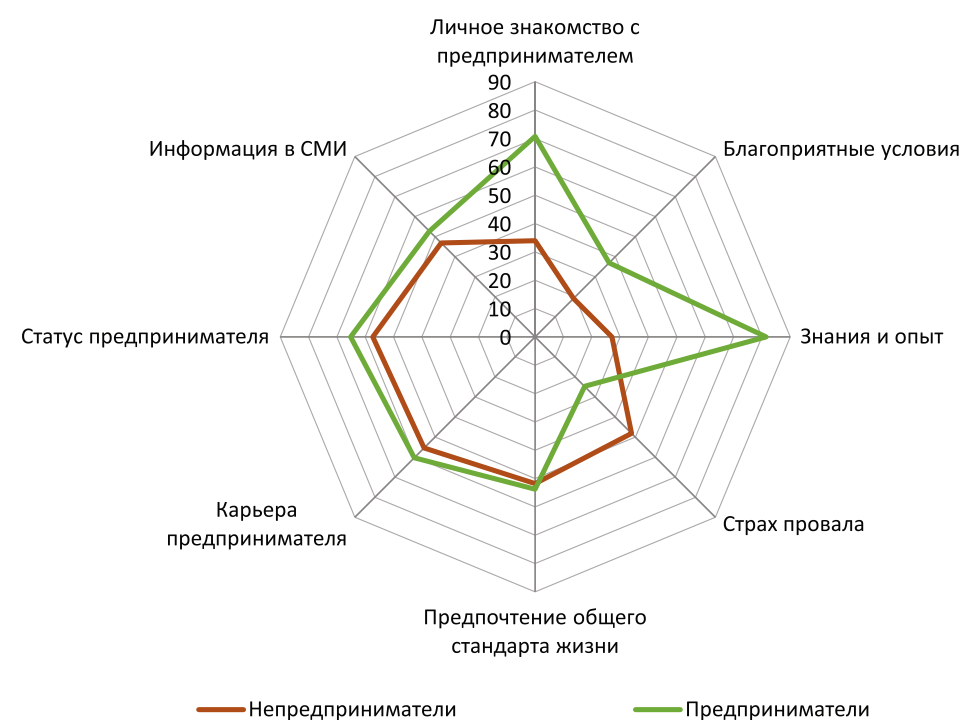


Рис. 4. Оценка факторов восприятия предпринимательства в России, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г. г.

Две трети непредпринимателей считают, что не обладают достаточными знаниями и опытом для осуществления предпринимательской деятельности. Большинство предпринимателей не выражает подобных опасений, хотя четверть из них осознает недостаточные компетенции.

В 2011 г. оценка условий для начала бизнеса непредпринимательской группой населения была очень пессимистична, только 19% представителей этой груп-

пы сочли условия для старта благоприятными. Оценка условий предпринимателями оптимистичнее — около 37% из них назвали условия благоприятными для начала бизнеса. Среди непредпринимательской части населения высока доля тех, кто затруднился с оценкой условий для начала бизнеса, их более 25% группы (рис. 5).

Непредприниматели, оптимистично оценивающие условия старта, чаще рассматривают карьеру пред-

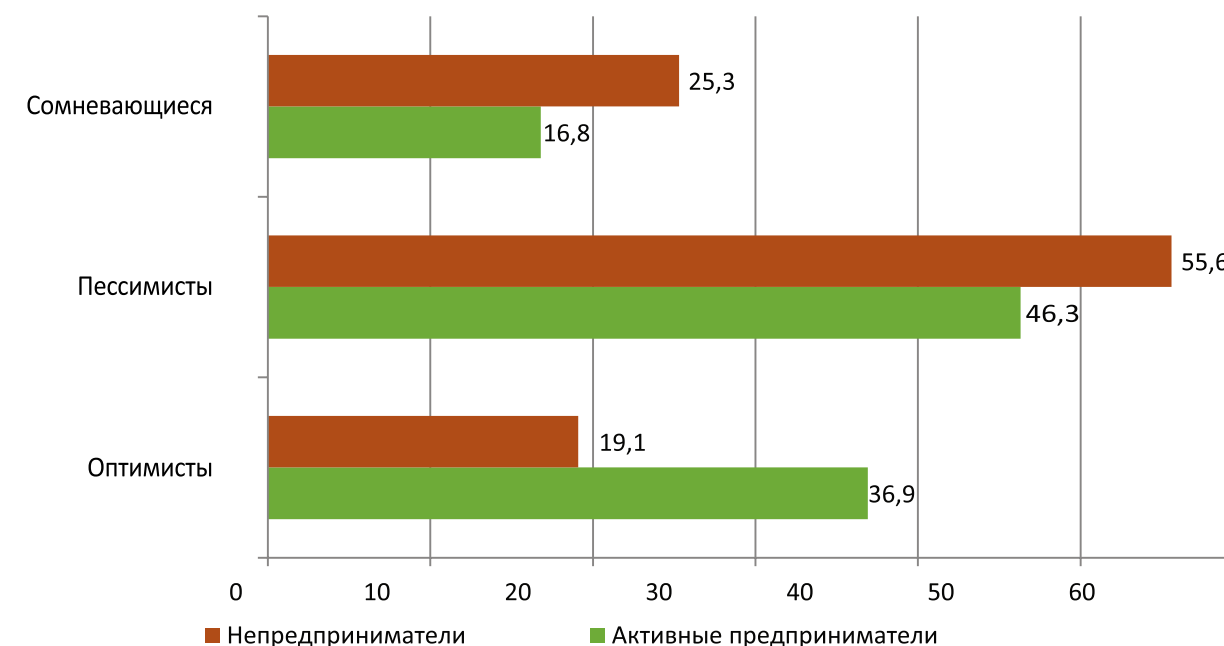


Рис. 5. Оценка условий для начала бизнеса предпринимателями и непредпринимателями, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

принимателя как желательный выбор и большинство считает, что успешные предприниматели пользуются высоким статусом и уважением (рис. 6).

Это отличает их от пессимистов и сомневающих-ся. Кроме того, оптимисты выше оценивают наличие

у них знаний и опыта для начала собственного бизнеса. При этом все три группы респондентов единодушны в оценке предпочтений стандарта жизни и боязни быть неуспешными (около 48% непредпринимателей).

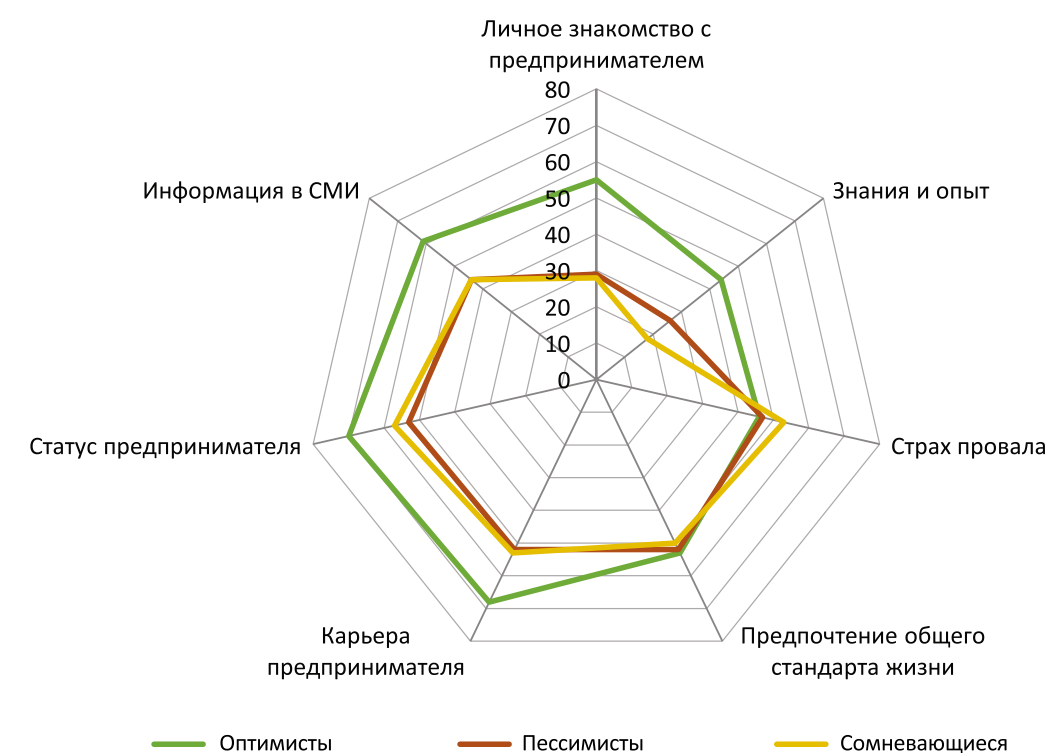


Рис. 6. Оценка факторов восприятия предпринимательства непредпринимателями, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Среди оптимистов много тех, кто лично знаком с предпринимателями (более 55% оптимистов непредпринимательской группы), а среди пессимистов и сомневающихся таких не более 30%.

Существуют различия в восприятии предпринимательства респондентами разных возрастных групп. Это касается, в первую очередь, культурных особенностей восприятия. Так, с возрастом снижается привлекательность карьеры предпринимателя: у респондентов моложе 25 лет – 63%; у респондентов старше 55 лет – 48%; оценка статуса предпринимателя в обществе – 65%

и 48% соответственно. Среди представителей старшего поколения (45–55 лет) распространено мнение о предпочтительности одинакового стандарта жизни, а также меньше всего лично знакомых с предпринимателями. Среди активной части населения в возрасте от 25 до 35 лет – наибольшая доля знакомых с начинающими предпринимателями и уверенных в достаточности своих знаний и квалификации для начала бизнеса. Половина непредпринимателей среднего поколения (35–45 лет) признается, что страх и неуверенность в своих способностях мешают в организации бизнеса.

ВЛИЯНИЕ ОЦЕНКИ УСЛОВИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СТАРТА НА РАННЮЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ АКТИВНОСТЬ*

На основе данных GEM можно количественно измерить оптимистичность оценки индивидами условий предпринимательской деятельности в стране как долю населения, положительно ответившего на вопрос о том, будут ли экономические и социально-политические условия в регионе его проживания способствовать началу бизнеса в течение ближайших шести месяцев. Был проведен анализ распределения стран-участниц проекта по степени оптимистичности оценок населением условий предпринимательской деятельности в регионе проживания. Результаты анализа показали, что совокупность стран GEM характеризуется умеренно выраженной неоднородностью данного индикато-

ра (коэффициент вариации составляет 44,6%) (рис. 7).

В результате была получена 6-кластерная структура однородных групп стран, с двумя выделяющимися наблюдениями: аномально низкая доля оптимистов была зафиксирована в 2011 г. в Японии (6%) и аномально высокая – в Нигерии (85%). Доминируют в совокупности страны, доля оптимистов среди населения которых зафиксирована на среднем или ниже среднего уровнях (37 из 55 стран-участниц проекта), причем почти половина стран (47%) характеризуется наличием средней долей оптимистов.

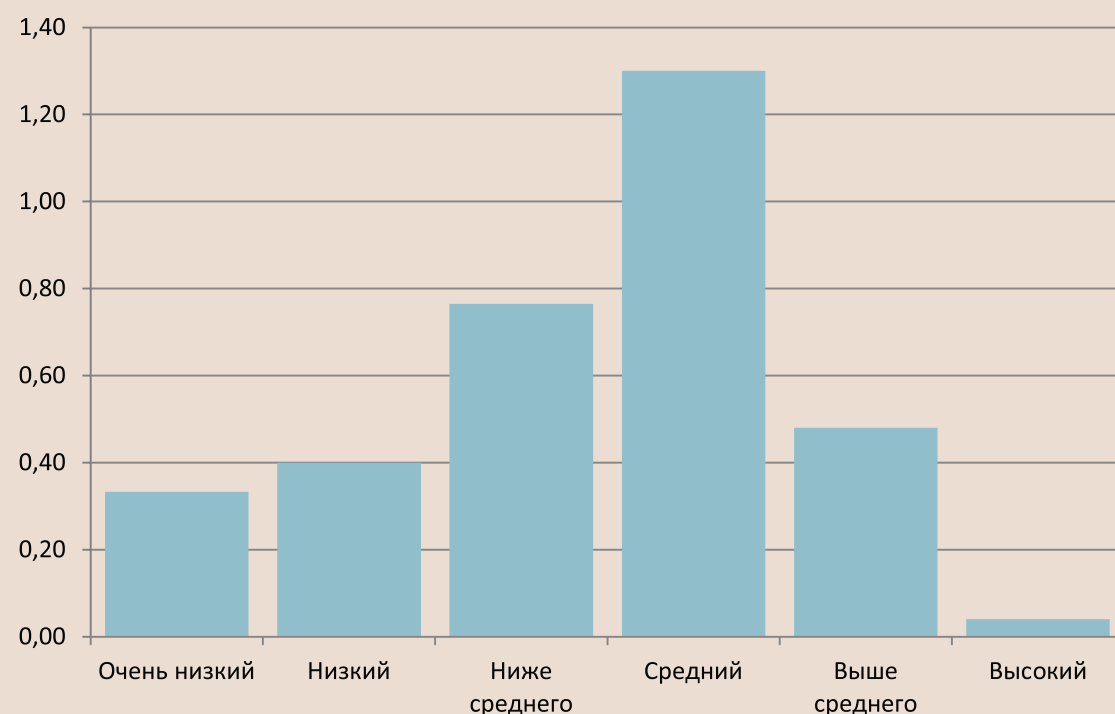


Рис. 7. Классификация стран-участниц GEM по доле населения, оптимистично оценившего условия предпринимательской активности, 2011 г.
Источник: APS 2011 г.

Следует отметить, что в половине стран-участниц проекта доля населения, оптимистично настроенного в отношении условий предпринимательского старта, не превышает 38,8% населения.

Низкий уровень оптимистичности населения по данному показателю наблюдается в Японии, Корее, а также в пораженной глубокими последствиями фи-

нансового кризиса Греции. Наиболее высокий уровень оптимистичности наблюдается в странах африканского и латиноамериканского регионов, которые характеризуются высоким уровнем предпринимательской активности, а также в странах Северной Европы (Финляндия, Швеция, Норвегия), где уровень ранней предпринимательской активности относительно невелик (рис. 8).

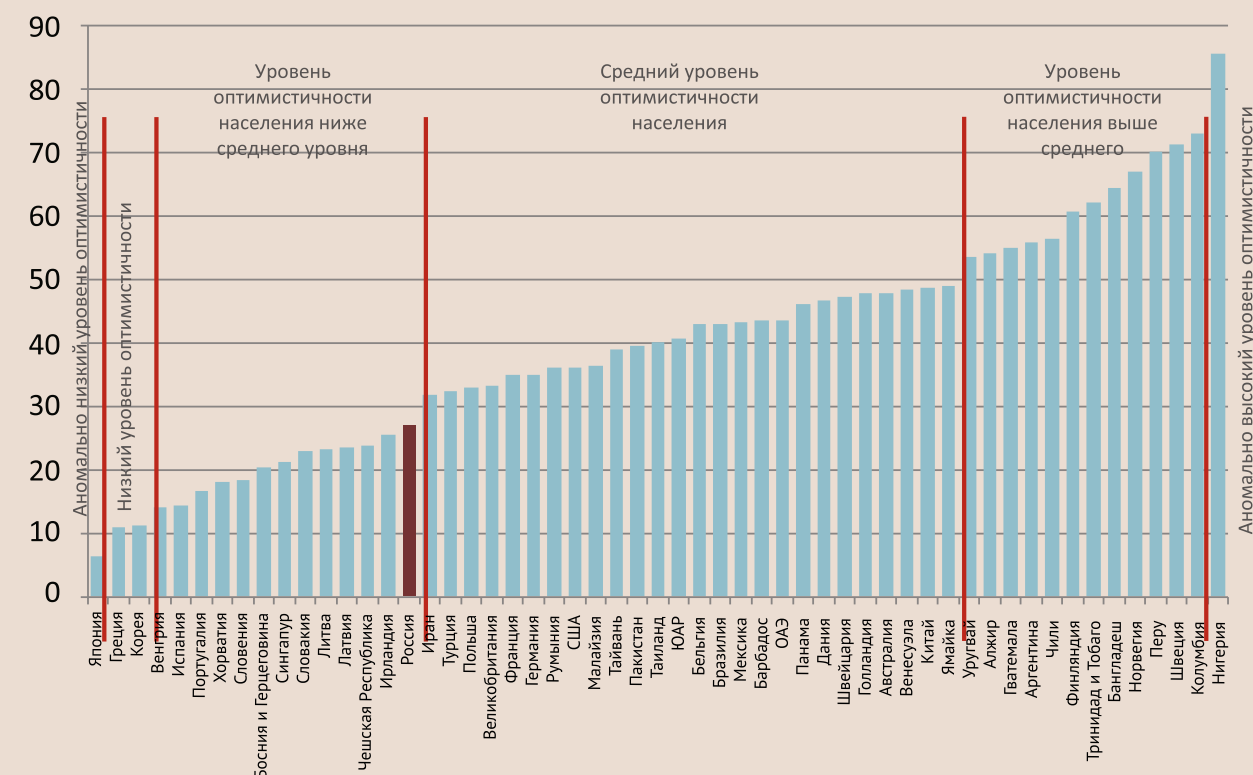


Рис. 8. Распределение стран-участниц GEM по доле населения, оптимистично оценившего условия предпринимательского старта, 2011 г., %

Источник: APS 2011 г.

Таким образом, подтверждено наличие статистически значимой взаимосвязи между оптимистичностью оценки населением условий предпринимательского старта в регионе проживания и уровнем ранней предпринимательской активности населения.*

Для исследования формы и направления взаимосвязи между оптимистичностью взрослого трудоспособного населения страны и его ранней предпринимательской активностью была использована параметрическая регрессия, так как оба показателя исчисляются по количественной шкале. Анализ характеристик рассматриваемых эмпирических распределений показал, что они статистически значимо не отличаются от нормального распределения.

Для исследования формы и направления взаимосвязи между оптимистичностью взрослого трудоспособного населения страны и его ранней предпринимательской активностью была использована параметрическая регрессия, так как оба показателя исчисляются по количественной шкале. Анализ характеристик рассматриваемых эмпирических распределений показал, что они статистически значимо не отличаются от нормального распределения.

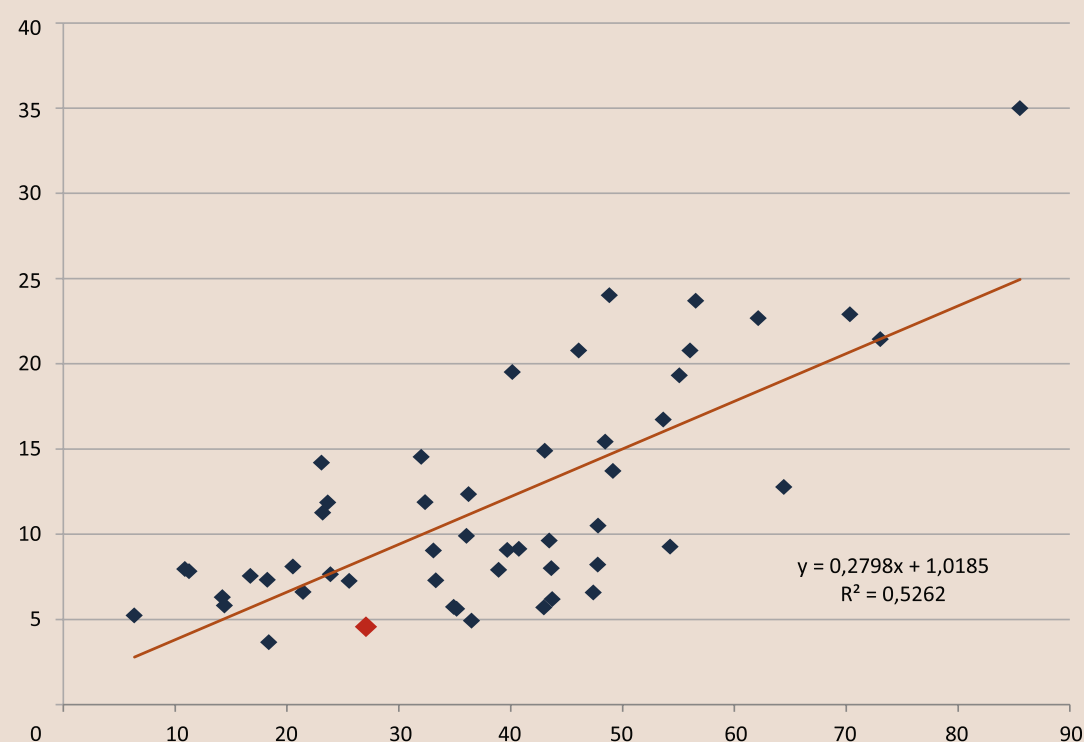


Рис. 9. Влияние оптимистичности непредпринимателей в отношении условий предпринимательского старта на уровень ранней предпринимательской активности, 2011 г., %
Источник: APS 2011 г.

Результаты моделирования взаимосвязи между оптимистичностью взрослого трудоспособного населения страны и его ранней предпринимательской активностью на основе параметрической регрессии (без ряда стран Северной Европы – Финляндии, Дании, Швеции и Норвегии) представлены на рис. 9. Исключение этих стран (которые представляют собой выделяющиеся наблюдения по комбинации исследуемых показателей) из базы данных для моделирования позволило получить значимые на 1%-ом уровне параметры линейной регрессии, объясняющей 52,6% вариации исследуемых признаков в совокупности стран-участниц проекта. Построенная для 2011 г. линейная регрессия подтверждает, что оптимистичность населения оказывает влияние на раннюю предпринимательскую активность и характеризует форму этой связи. Таким образом, чем более оптимистично население страны в отношении условий предпринимательской деятельности, тем выше ранняя предпринимательская активность населения (при прочих равных условиях). Рост доли оптимистов на 1% способствует увеличению индекса ранней предпринимательской активности в среднем на 0,3%. Если доля оптимистов среди населения статистически значимо стремится к нулю, то доля предпринимателей среди населения составит в среднем около 1%.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

В рамках проекта GEM под потенциальными предпринимателями понимаются лица, которые еще не начали свой бизнес, но позитивно оценивают собственные предпринимательские способности и сложившуюся конъюнктуру. Фактически, потенциальные предприниматели находятся в состоянии «неустойчивого равновесия», решая, работать им по найму или открыть собственное дело.

В России в 2011 г. было выявлено 7,78% потенциальных предпринимателей – как правило, в возрастном диапазоне от 18 до 44 лет. Средний возраст потенциальных предпринимателей – 37 лет. Существенных гендерных различий в этой группе обнаружено не было. Однако процент мужчин (8,54%) превышает аналогичный уровень для женщин (7,09%).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ*

При оценке предпринимательского потенциала страны важным показателем выступает численность тех, кто тяготеет к его созданию, т.е. имеет предпринимательские намерения. Для измерения предпринимательских намерений в исследовательском проекте GEM используется ответ на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие три года открыть свое дело?»

Уровень предпринимательских намерений в России является самым низким среди стран-участниц проекта (ниже только в ОАЭ). В среднем по группе стран с эффективно-ориентированными экономиками этот показатель составляет около 25%. В 2011 г. в Рос-

сии только 5,8% респондентов отметили, что планируют открыть собственное дело в ближайшие три года.

Следует подчеркнуть, что в России среди респондентов, имеющих предпринимательские намерения, около 40% составляют уже действующие предприниматели, планирующие открыть новый бизнес. Свежий приток в российское предпринимательство в 2011 г. могли составить лишь 3,6% россиян. Можно говорить о некоторой положительной динамике, наметившейся после 2009-2010гг. (рис. 10).

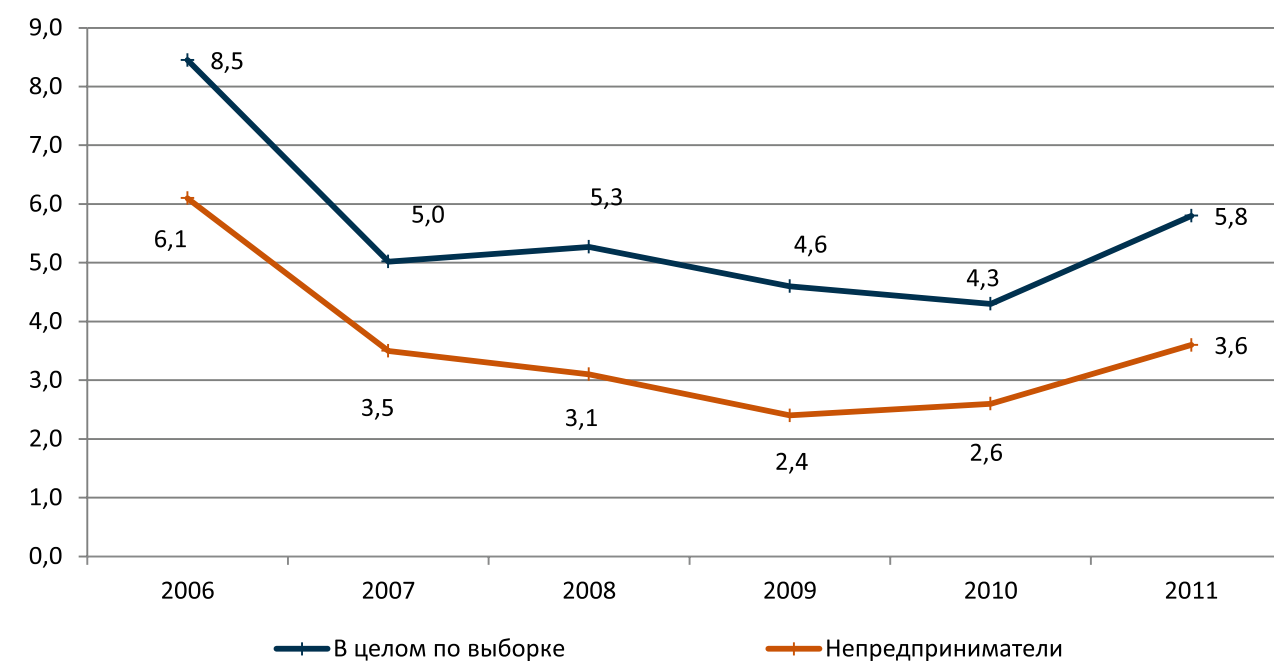


Рис. 10. Динамика предпринимательских намерений в России, 2006–2011гг., %
Источник: APS 2006–2011 гг.

На основании наличия предпринимательских намерений были сформированы три группы респондентов: планирующие, не планирующие и сомневающиеся в прогнозе организации бизнеса.

При оценке большинства национальных и индивидуальных факторов восприятия предпринимательства планирующие начать бизнес значительно отличаются от сомневающих и особенно — от не планирующих организовать собственное дело. Наиболее существенны различия в оценке собственных знаний и квали-

фикации, необходимых для начала бизнеса. Если среди имеющих предпринимательские намерения 65% респондентов оценили свои знания как достаточные для начала нового бизнеса, то среди сомневающих таких респондентов — 44%, а среди не планирующих стать предпринимателем — 25%. Кроме того, среди планирующих начать бизнес доля знакомых с предпринимателями вдвое выше, чем среди тех, кто не задумывается об организации бизнеса (рис. 11).

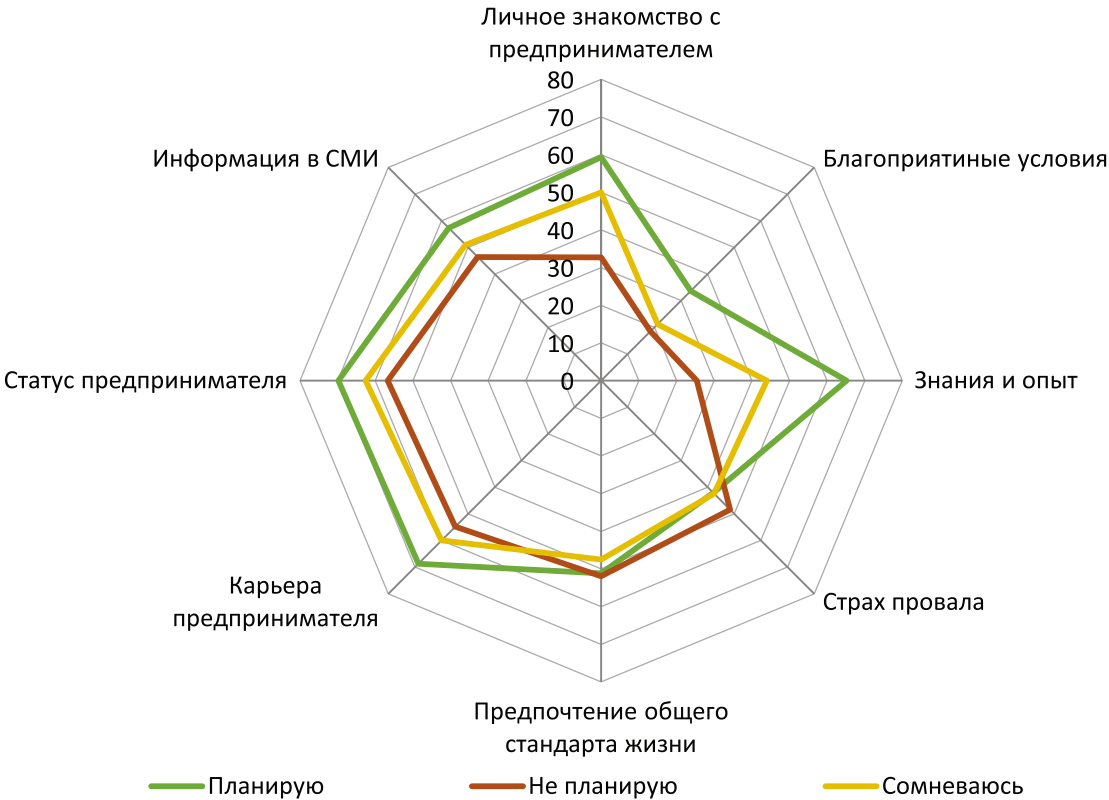


Рис. 11. Оценка факторов восприятия предпринимательства в зависимости от предпринимательских намерений, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Наибольшая часть планирующих начать бизнес принадлежит молодому поколению (возраст до 35 лет). Представители как среднего, так и более старшего поколения в большинстве своем уже не планируют организацию бизнеса. Основная часть планирующих

начать бизнес проживает в городах с численностью населения до 500 тыс. человек. По доле планирующих начать собственное дело среди жителей различных типов поселений также выделяются города с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн человек.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ-УЧАСТНИЦАХ GEM

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ*

Данные GEM позволяют объяснить различия в предпринимательском потенциале стран в зависимости от: уровня их институционального развития; существующих систем регулирования создания и развития компаний; демографических характеристик, в частности возрастной структуры населения и миграционных процессов; предпринимательской культуры; общего

уровня экономического благосостояния и технологического развития.

Для оценки предпринимательской активности стран-участниц проекта используются следующие показатели (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM

Уровень активности потенциальных предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, еще не начавшего свой бизнес, но позитивно оценивающего собственные предпринимательские способности и сложившуюся конъюнктуру
Уровень активности респондентов, имеющих предпринимательские намерения	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, планирующего в ближайшие три года открыть собственное дело
Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент нарождающимися предпринимателями, вовлеченными в создание бизнеса, выступающего владельцами или совладельцами. Компания существует более трех месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались
Уровень предпринимательской активности владельцев вновь созданного бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими нового бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более трех, но менее 3,5 лет
Индекс предпринимательской активности (Total entrepreneurship activity index — TEA)	Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма двух первых показателей. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, то его предпринимательская деятельность учитывается только один раз

*Подраздел составлен О.Р. Верховской, М.В. Дорохиной

Окончание табл. 1

Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более 3,5 лет
Общий уровень предпринимательской активности	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося ранними и устоявшимися предпринимателями
Уровень выхода из бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в последние 12 месяцев продали, закрыли или каким-либо иным способом перестали являться владельцами и управляющими бизнеса
Уровень активности ранних предпринимателей «по необходимости»	Процент населения, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность в силу необходимости, т. е. у них нет другой возможности для получения дохода
Уровень активности ранних «высокопритязательных» предпринимателей «по возможности»	Процент населения, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность, которое мотивировано использованием возможности как для увеличения дохода, так и для получения независимости в работе

Как показано на рис. 3, в проекте GEM предпринимательство понимается как динамичный непрерывный процесс и охватывает все стадии развития компании от ее замысла до выживания и возможного выхода из бизнеса. В табл. 2 приведены данные о предпринимательской активности для 54 стран-участниц GEM в 2011 г. Страны сгруппированы по стадиям экономического развития, а также представлены базовые характеристики общей предпринимательской активности в каждой стране.

Таблица 2

Предпринимательская активность в странах-участницах GEM по стадиям экономического развития, 2011 г., %

Страна	Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Уровень активности владельцев вновь созданного бизнеса	Индекс ранней предпринимательской активности (TEA)	Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Уровень выхода из бизнеса	Вынужденные предприниматели (% от TEA)	«Высокопритязательные» предприниматели (% от TEA)
1	2	3	4	5	6	7	8
Ресурсно-ориентированные экономики							
Алжир	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5	37	46
Бангладеш	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5	27	50
Венесуэла	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2	29	43
Гватемала	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8	33	33
Иран	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4	53	32
Пакистан	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6	47	25
Ямайка	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7	33	40
В среднем по выборке	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7	37	38
Эффективно-ориентированные экономики							
Аргентина	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3	33	45

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Барбадос	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5	5	58
Босния и Герцеговина	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7	61	22
Бразилия	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8	31	45
Венгрия	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3	31	29
Китай	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3	41	29
Колумбия	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0	25	30
Латвия	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0	26	46
Литва	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9	28	47
Малайзия	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6	10	72
Мексика	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0	19	55
Панама	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1	27	40
Перу	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1	22	52
Польша	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2	48	32
Россия	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5	27	42
Румыния	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9	41	34
Словакия	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	28	34
Таиланд	8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	19	67
Тринидад и Тобаго	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9	15	44
Турция	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9	32	45
Уругвай	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3	11	10
Хорватия	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6	35	31
Чили	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8	27	54
ЮАР	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6	35	39
В среднем по выборке	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3	28	42
Инновационно-ориентированные экономики							
Австралия	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3	15	73
Бельгия	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4	10	72
Великобритания	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0	17	46
Германия	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8	19	55
Голландия	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0	9	62
Греция	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0	25	37
Дания	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3	7	64
Ирландия	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4	29	37
Испания	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2	26	39
Корея	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2	41	36
Норвегия	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5	4	70
ОАЭ	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8	14	67
Португалия	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9	18	58
Сингапур	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1	16	53
Словения	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5	12	51
США	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4	21	59

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Тайвань	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9	17	50
Финляндия	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0	18	59
Франция	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2	15	71
Чешская Республика	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7	27	57
Швейцария	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9	11	61
Швеция	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2	6	68
Япония	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7	25	64
В среднем по выборке	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7	18	57

Источник: APS 2011 г.

Каждая страна обладает уникальным набором социально-экономических условий, влияющих на уровень предпринимательской активности. Однако можно говорить как об общих характеристиках рассматриваемых групп, так и о существовании региональных особенностей конкретных стран.

В 2011 г. произошло увеличение уровня предпринимательской активности практически во всех странах-участниках проекта независимо от уровня экономического развития. В среднем, в эффективно-ориентированных экономиках рост составил 25%, а в инновационно-ориентированных – 22% [Kelly, Singer, Harrington, 2012]. Это характерно также для тех стран, где и в 2010 г. были зафиксированы высокие уровни ранней предпринимательской активности. Рост можно объяснить увеличением численности нарождающихся предпринимателей. Например, в среднем, по группе стран с инновационно-ориентированной экономикой рост нарождающегося предпринимательства составил 36%, в то время как численность нового бизнеса выросла на 7%.

С момента основания проекта GEM исследователи отмечали U-образную зависимость между предпринимательством и экономическим ростом. В странах с низким уровнем доходов на душу населения структура экономики характеризуется доминированием большого числа малых фирм. Одна из причин этого связана со структурой народного хозяйства. В этих странах высока доля компаний, оказывающих потребительские услуги на локальном рынке. Кроме того, работодатели не создают достаточного предложения рабочих мест. Это стимулирует население к поиску путей выживания и созданию своего бизнеса. Макроэкономическая и политическая стабильность в стране способствует развитию крупных предприятий. По мере экономического роста и увеличения доходов уже существующие фирмы удовлетворяют растущий спрос на многих рынках. Усиление роли больших компаний сопровождается уменьшением темпов роста малого и среднего бизнеса, так как все большее количество людей находит стабильную работу на крупных предприятиях.

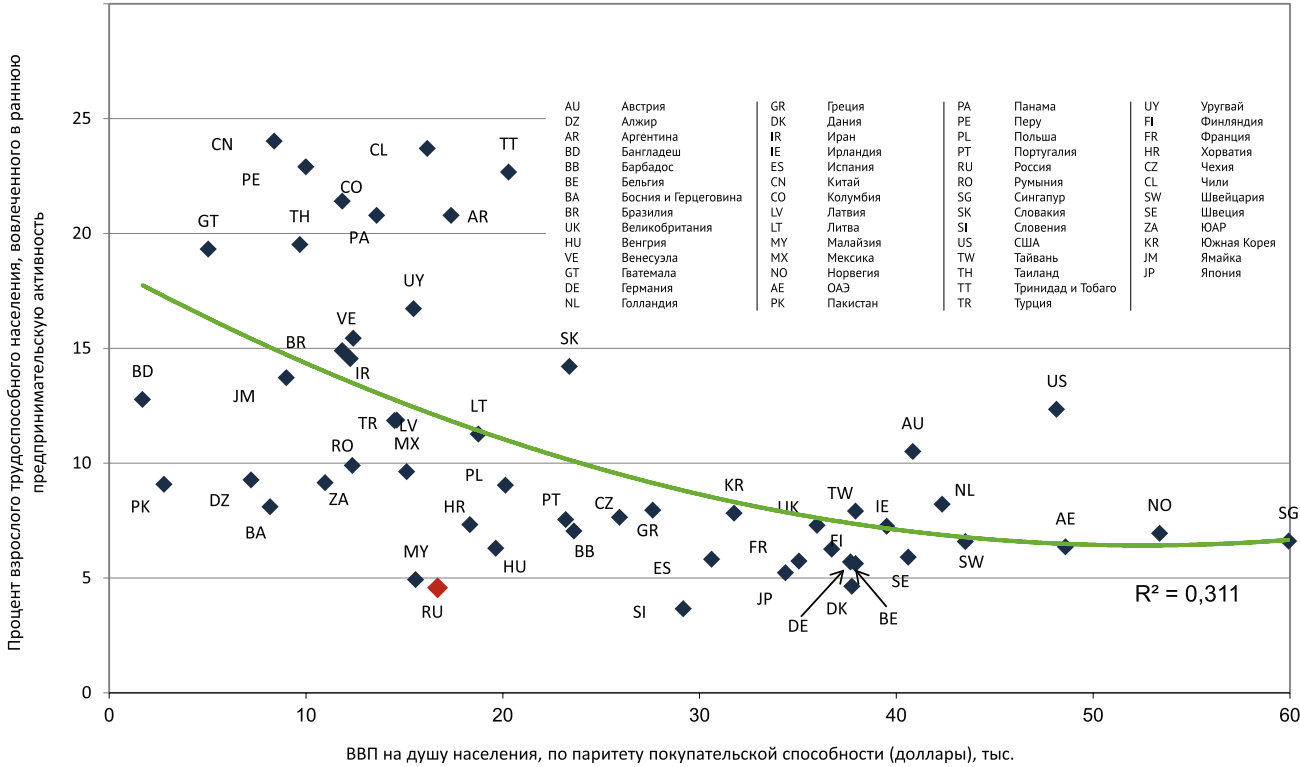


Рис. 12. Индекс предпринимательской активности в странах-участниках GEM и ВВП на душу населения, 2011 г., %
Источник: APS 2011 г.

После достижения определенного уровня благосостояния страны предпринимательский сектор начинает увеличиваться. Рост числа вновь создаваемых фирм может иметь несколько причин. Во-первых, улучшается состояние структурных условий предпринимательства: доступ к финансам, открытость рынков и внедрение научно-технических разработок [Kelly, Bosma, Amoros, 2011]. Во-вторых, развитие общества приводит к изменению социальных ценностей и работники не только ищут способы увеличения доходов, но и стремятся к

самореализации и независимости принятия решений, что ставит перед ними новые качественные задачи.

В 2011 г. уровень предпринимательской активности в странах-участниках проекта GEM по мере роста ВВП снижался до некоторого значения, однако, при этом не наблюдалось корреляции между уровнем ВВП и ростом предпринимательской активности в инновационных экономиках (рис.12). Фактически данная зависимость имеет L-образный вид.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В РОССИИ

Значения индексов ранней предпринимательской активности и активности устоявшихся предпринимателей в России на протяжении периода участия в проекте относительно устойчивы (рис. 13). Самый высокий индекс ранней предпринимательской активности был зафиксирован в 2006г. и составил 4,9%. В 2007г. данный показатель сократился, одной из причин этого мог быть рост спроса на труд со стороны крупных компаний, предлагающих привлекательный уровень

заработной платы. Кризис 2008–2009 гг. привел к сокращению персонала в крупных компаниях, что могло вынудить людей заняться предпринимательством. Тем не менее, несмотря на ожидания роста предпринимательской активности, индекс ТЕА в России не вырос ни в 2009, ни в 2010 г., оставшись на уровне 3,9%. В 2011г. уровень ранней предпринимательской активности составил 4,6%.

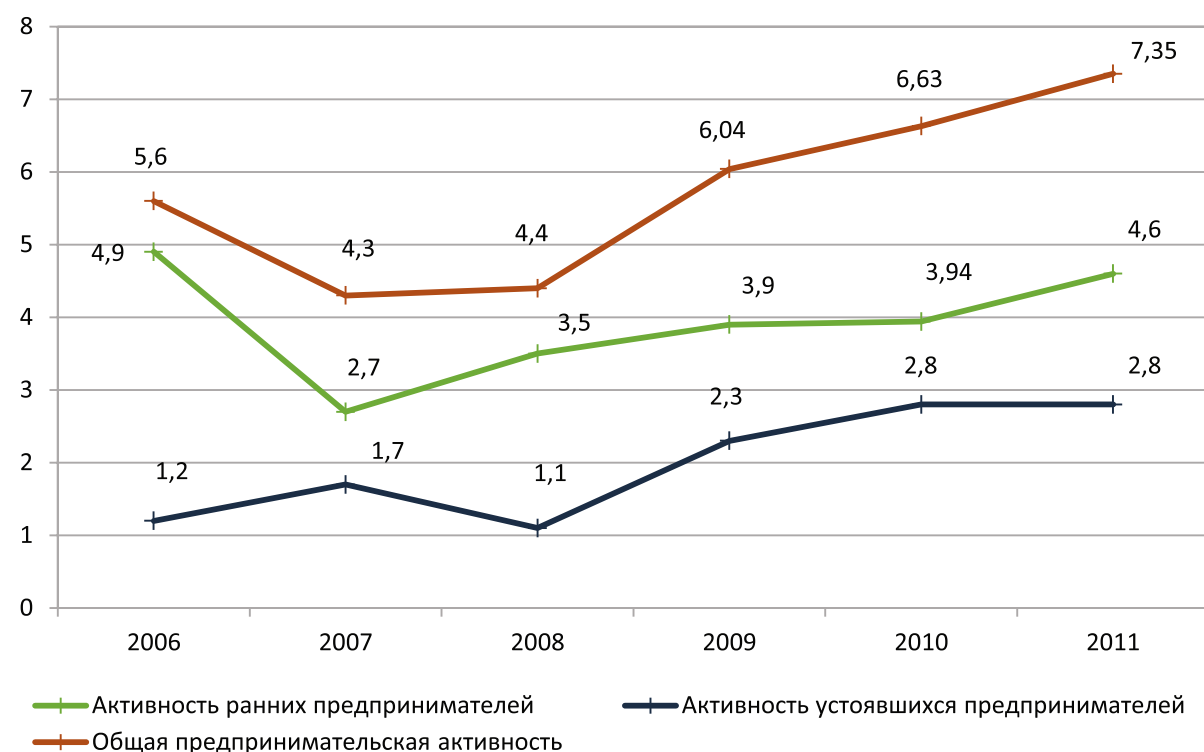


Рис. 13. Динамика предпринимательской активности в России, 2006–2011 г., %
Источник: APS 2006–2011 г.

Уровень активности устоявшихся предпринимателей имеет еще более низкие значения и колеблется в диапазоне от 2,1% в 2007г. до 2,8% в 2011. Эти данные позволяют говорить о том, что в России не только низкая вовлеченность в создание бизнеса, но и низкая выживаемость бизнеса.

Доля устоявшихся предпринимателей в России в 2011г. составила 38% от числа общей предпринимательской активности населения. Данные GEM свидетельствуют о том, что в экономически развитых странах число компаний, работающих более 3,5 лет,

значительно превышает количество вновь создаваемых компаний. Если в среднем доля устоявшегося бизнеса в структуре всех предпринимателей в ресурсно-ориентированных экономиках составляет около 29%, в эффективно-ориентированных — 35%, то в инновационно-ориентированных — 51%. Лидеры по этому показателю — Япония, Испания, Греция и Швейцария, где более 60% предпринимателей являются владельцами компаний, которые существуют на рынке дольше 3,5 лет.

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*

Начать свое дело предприниматели могут в силу разных причин. В то время как одни открывают новые компании потому, что используют появившиеся возможности, другие — вынуждены основывать бизнес, так как не имеют других способов к получению средств для существования. Таким образом, в проекте GEM выделяются:

1. предприниматели «по возможности», или добровольные предприниматели (opportunity-driven entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются использовать открывающиеся возможности и получать преимущества от предпринимательской деятельности;

2. предприниматели «по необходимости», или вынужденные предприниматели (necessity-driven entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных возможностей для получения дохода.

Однако такое грубое деление оставляет мало возможностей для глубокого понимания мотивации, так как респонденты при ответе на вопрос о мотивах, выбирая между вариантами «нет лучших возможностей для работы» и «использую новые бизнес-возможности», могут сделать выбор в пользу последнего, даже если в действительности их мотивация ближе к первой альтернативе [Bosma et al., 2009]. Поэтому мотивация предпринимателей, которые руководствуются в своей деятельности использованием возникающих возможностей, подверглась более детальному изучению. Предприниматели были разделены на три группы. К первой группе относятся те из них, кто

в качестве основного мотива называет увеличение дохода. Для представителей второй группы главный мотив — независимость. Третью группу составляют те, кто использует возможности предпринимательства для поддержания дохода. Фактически это группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости».

Данные GEM показывают, что уровень добровольного предпринимательства выше в странах с более высоким уровнем экономического развития, где существует больше альтернатив для экономической активности. Добровольное предпринимательство обладает более высоким экономическим потенциалом, создает больше рабочих мест и демонстрирует более высокий рост производительности труда.

Структуру мотивации российских предпринимателей в 2011 г. можно охарактеризовать как достаточно благоприятную. Так, для более чем 70% российских ранних предпринимателей экономическая активность обусловлена поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом. Примечательно, что добровольная мотивация более типична для нарождающихся предпринимателей (78%), чем для владельцев нового бизнеса (64%).

Для большинства российских предпринимателей открытие собственного дела хоть и является добровольным шагом, однако мотивированы они в основном желанием поддержать уровень своего дохода, а не увеличить его или получить независимость (рис. 14).

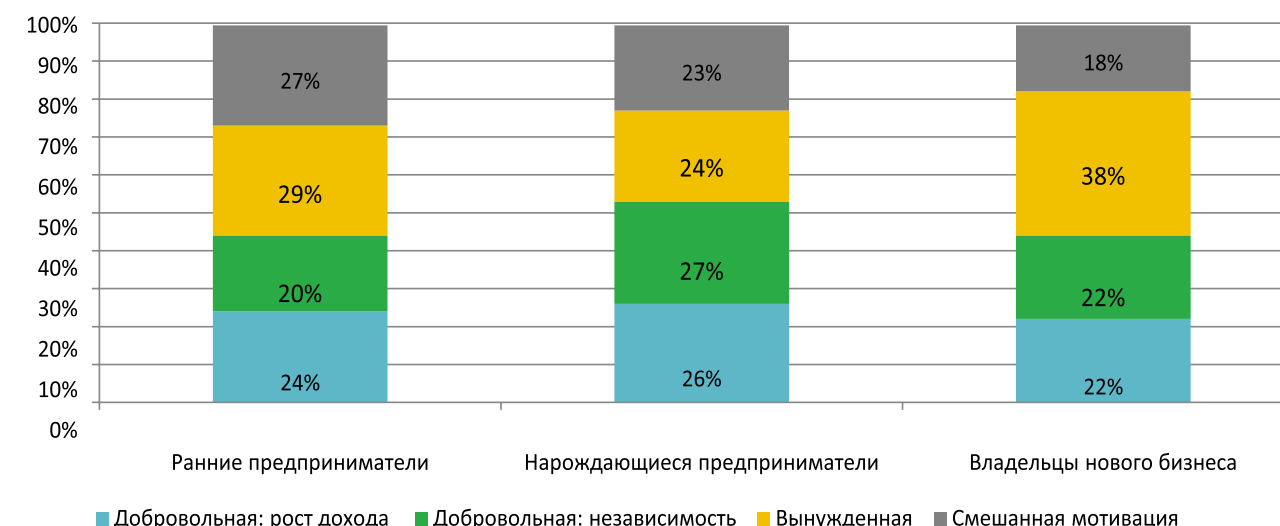


Рис. 14. Структура мотивации раннего предпринимательства в России, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Обращает на себя внимание, однако, то обстоятельство, что еще примерно четверть составляют те предприниматели, в деятельности которых значимы оба типа мотивации – добровольная и вынужденная. Если учесть, что еще почти треть предпринимателей указали, что руководствуются сугубо вынужденной мотивацией, приходится признать, что к ведению бизнеса более чем половину российских предпринимателей в большей или меньшей степени подталкивают внешние обстоятельства.

Поиск преимуществ от занятий бизнесом мотивирует в основном более молодую и активную группу населения: средний возраст добровольных предпринимателей составляет 36 лет, а возраст 77% из них не превышает 45 лет. Вынужденные предприниматели в среднем на два года старше добровольных (средний возраст – 38 лет). В целом возраст не является значимым фактором, влияющим на характер мотивации индивида, хотя можно предположить, что для старших возрастных групп потеря работы как основного источника дохода зачастую приводит к вынужденному приходу в бизнес – в основном, в форме самозанятости или создания микробизнеса.

Не наблюдается различий и между структурой мотивации мужчин и женщин. 71–72% из них руководствуются преимуществами собственного бизнеса и менее трети являются вынужденными предпринимателями.

Рассматривая данные о мотивации российских ранних предпринимателей в динамике, можно заметить,

что с 2006 г. доля добровольных предпринимателей не опускалась ниже 61% от общей численности ранних предпринимателей. Максимальное число предпринимателей, использовавших возможности, наблюдалось в 2007 г. и составило 80%. Это свидетельствует о том, что накануне экономического кризиса 2008 г. российское население стремилось в бизнес-среду. Однако уже в 2008 г. доля добровольных предпринимателей сократилась на 11% и сохранялась на уровне 69% в течение двух лет (рис. 15).

По всей видимости, рост доли вынужденных предпринимателей за счет сокращения доли добровольных обусловлен негативным влиянием экономического кризиса на ситуацию на рынке труда. Одним из последствий экономического кризиса стали увольнения, а также снижение заработной платы (и сокращение времени работы) в целом. В такой ситуации предпринимательская деятельность могла восприниматься лицами, потерявшими работу, как единственная возможность для выживания и поддержания уровня благосостояния. В 2010 г. данная тенденция сохранилась: число вынужденных предпринимателей возросло до 36% за счет снижения доли добровольных предпринимателей практически до уровня 2006 г. – 64%.

Однако в 2011 г. в условиях постепенного выхода из экономического кризиса наметилась тенденция к улучшению структуры мотивации предпринимательской деятельности: доля добровольных ранних предпринимателей возросла до 71%.

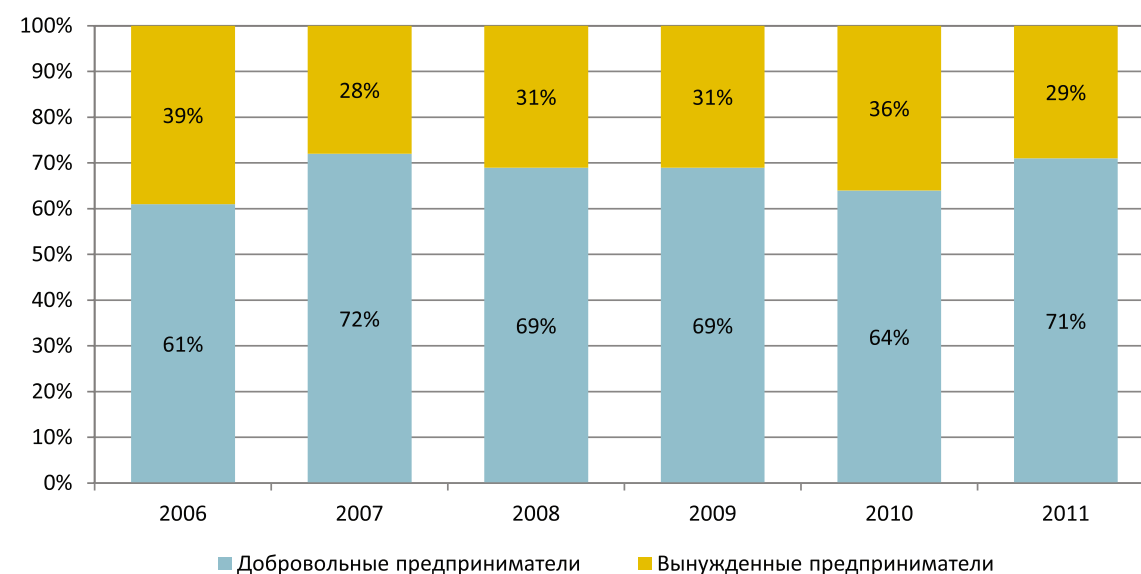


Рис. 15. Динамика структуры мотивации раннего предпринимательства, 2006–2011 г.
Источник: APS Russia 2006–2011 г.

Одинаковые тенденции изменений в структуре мотивации после экономического кризиса прослеживаются как для нарождающихся предпринимателей, так и для владельцев нового бизнеса. Наиболее ярко его влияние отражается на структуре мотивации владельцев нового бизнеса. За ростом в 2007 г. числа владельцев нового бизнеса, которые начали свою деятельность на добровольной основе (их доля увеличилась на 44%), последовало его падение (на 30%) в 2008 г. Стабилизировавшись в 2009 г., ситуация вновь ухудшилась в 2010 г. В 2011 г. наметилась тенденция к росту, как и для всех ранних предпринимателей в целом.

Анализ динамики показателей добровольного и вынужденного предпринимательства в 2006–2010 гг. позволяет говорить о том, что структура мотивации предпринимателей на протяжении пяти лет наблюде-

ний статистически значимо не менялась.

В целом структуру мотивации российского раннего предпринимательства в 2011 г. можно оценить как достаточно благоприятную с точки зрения соотношения добровольного и вынужденного предпринимательства. Как среди нарождающихся, так и среди владельцев нового бизнеса доля добровольных предпринимателей значительно превышает долю вынужденных. Сравнительный анализ добровольных и вынужденных ранних предпринимателей показал, что добровольные предприниматели характеризуются более высоким уровнем формального образования, большей склонностью к риску, лучшим материальным положением и большей включенностью в предпринимательские сети по сравнению с вынужденными предпринимателями.

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ*

Социально-демографические характеристики, такие как пол, возраст, уровень образования, оказывают существенное влияние на желание стать предпринимателем и начать свое дело.

При анализе социально-демографической структуры в соответствии с методологией проекта «Глобаль-

ный мониторинг предпринимательства» исследуются основные группы предпринимателей: потенциальные предприниматели; ранние предприниматели, включая нарождающихся и владельцев нового бизнеса; устоявшиеся предприниматели.

ПОЛ

В России гендерная структура предпринимательства типична для стран-участниц проекта GEM: мужчины демонстрируют более интенсивную вовлеченность в активность во всех предпринимательских группах.

При уровне предпринимательских устремлений (рассчитываемом как процент положительно ответивших на вопрос о том, планируют ли они начать собственное дело в ближайшие три года) равном 5,9%, доля мужчин, планирующих в ближайшие три года организовать свое дело, составляет 55,6% по сравнению с долей женщин – 44,4%, т.е. 6,8% мужчин и 5,1% жен-

щин намереваются стать предпринимателями.

В раннюю предпринимательскую активность вовлечены 5% мужчин и 3,8% женщин; их соотношение – 55,3% и 44,7% соответственно (рис. 16). Среди владельцев вновь созданного бизнеса практически 60% составляют мужчины, тогда как гендерная структура среди нарождающихся предпринимателей практически однородна.

Соотношение мужчин и женщин среди устоявшихся предпринимателей также распределяется равномерно – 53% мужчин и 47% женщин.

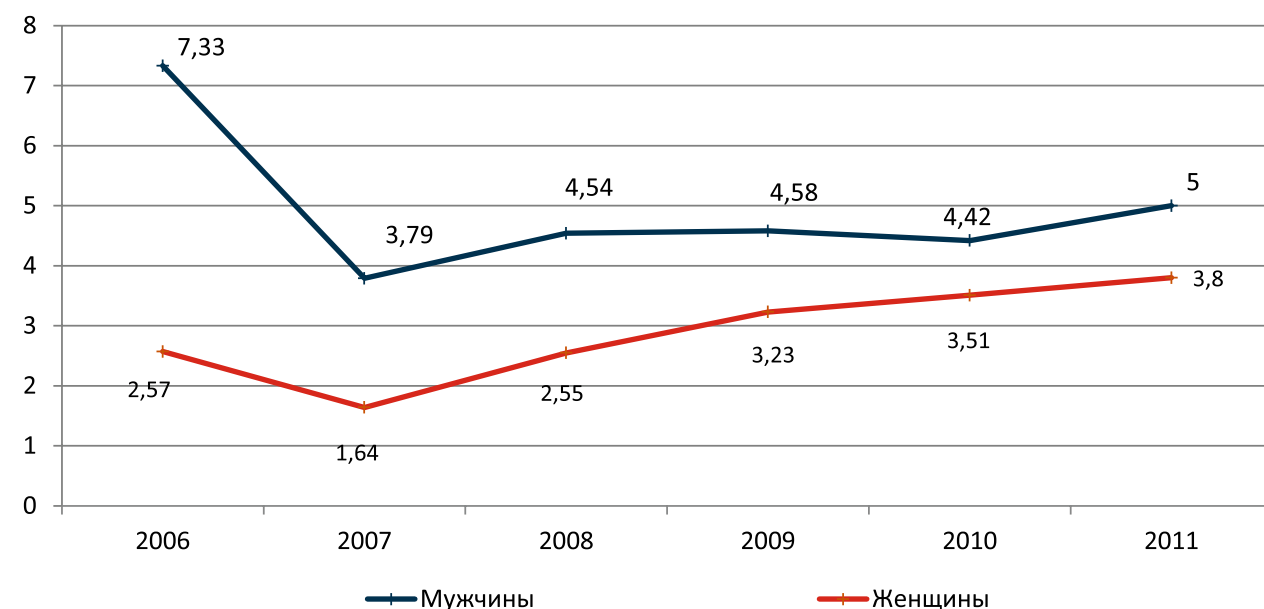


Рис. 16. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2006–2011 г., %
Источник: APS Russia 2006–2011 г.

Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин в 2011 г. была несколько выше, чем среди женщин – 2,9% и 2,4% соответственно (рис. 17). Можно заметить, что если активность ранних предпринимателей – мужчин в 1,3 раза превышает активность женщин, то среди устоявшихся предпринимателей разрыв не такой значительный. Это может свидетельствовать о том, что мужчины более склонны к предпринимательскому старту, но менее успешны на стадии выживания компании.

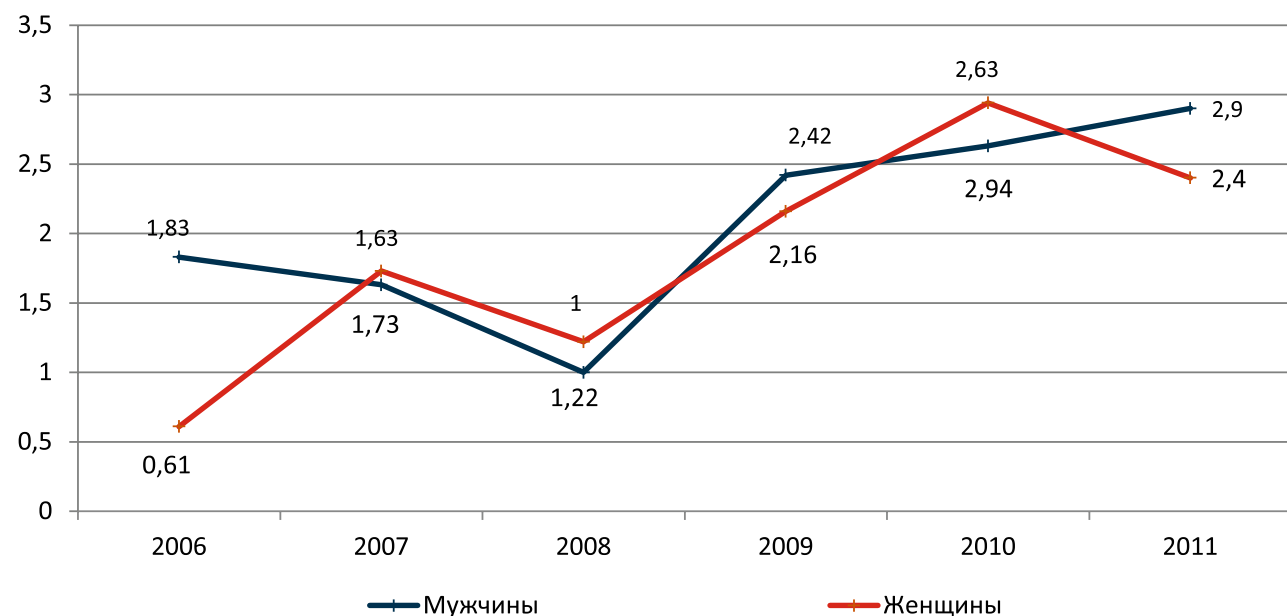


Рис. 17. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2006–2011 г., %
Источник: APS Russia 2006–2011 г.

В 2011 г. продолжилась тенденция прошлых лет, в соответствии с которой мужчины демонстрируют большую активность в создании нового бизнеса. При этом можно предположить, что среди факторов, значимых для начала предпринимательской деятельности, большие различия будут наблюдаться в индивидуаль-

ных характеристиках, чем в национальных характеристиках развития предпринимательства.

Существенными факторами, влияющими на предпринимательский выбор, являются различия в оценке мужчинами и женщинами необходимых знаний и навыков для открытия и ведения собственного дела (рис. 18). В целом 89% мужчин и 83% женщин, являющихся предпринимателями, считают, что обладают специализированными знаниями для начала бизнеса. При этом

данные различия существенны для устоявшихся предпринимателей, но не наблюдается различий в оценке знаний между мужчинами и женщинами среди ранних предпринимателей. Существуют гендерные различия в оценке знаний и навыков среди непринимательских слоев населения. При этом, если разрыв в средних значениях оценок знаний и навыков для предпринимателей не превышает 13%, то для непринимателей он составил 35%.

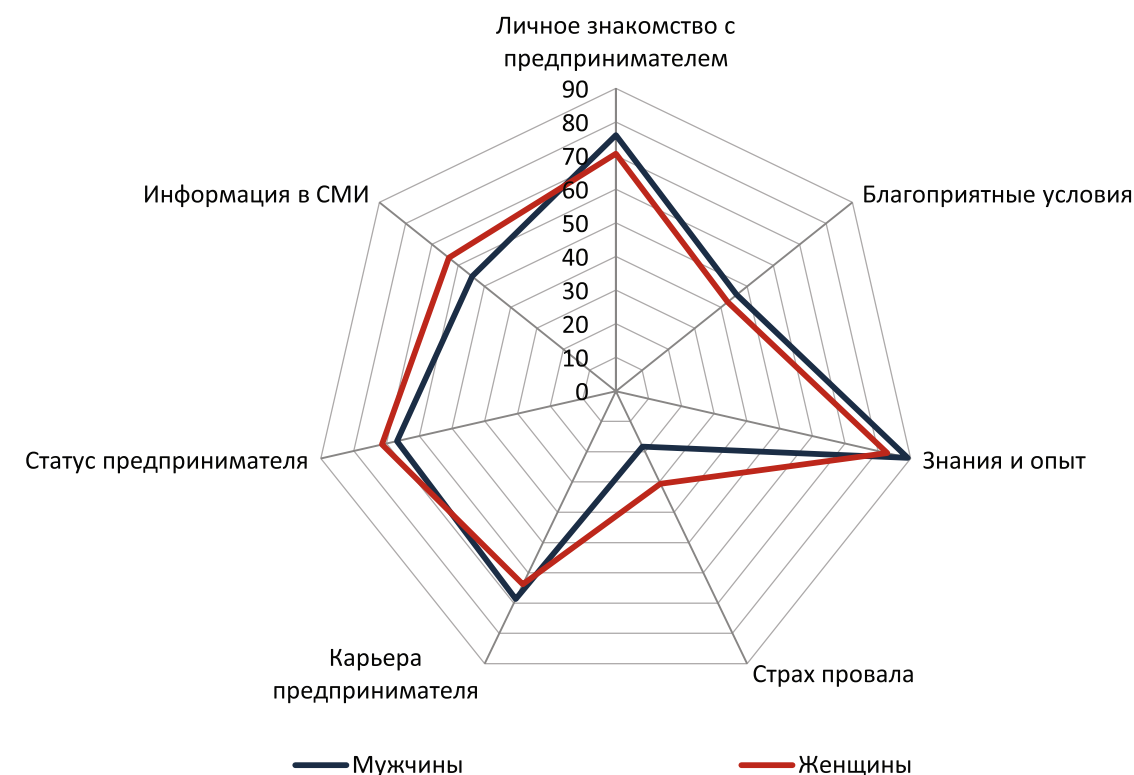


Рис. 18. Гендерные различия в оценке предпринимателями факторов восприятия предпринимательства, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Мужчины и женщины по-разному оценивают такой фактор восприятия предпринимательства, как страх оказаться неуспешным при создании и управлении бизнеса. При этом среди женщин, вовлеченных в предпринимательскую деятельность, боязнь провала значительно выше, чем среди мужчин (для всех ка-

тегорий предпринимателей гендерные различия при оценке этого фактора составляют 40%). Для непринимателей эти различия не так существенны. Можно предположить, что, начав деятельность, женщины сталкиваются с большим сопротивлением.

ВОЗРАСТ

Возрастная структура российских предпринимателей не является однородной. Средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 36 лет.

Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по возрасту представлено на рис. 19. Для большинства групп предпринимателей характерно

преобладание возрастной группы «25–34». Причем, применительно к ранним предпринимателям это справедливо как для мужчин, так и для женщин.

Исключения составляют респонденты, планирующие открыть бизнес, и устоявшиеся предприниматели. Активность тех, кто намеревается стать предпринима-

телем, сокращается по мере взросления. Наибольшую активность демонстрирует молодежь в возрасте от 18 до 24 лет. 11% юношей и 7,5% девушек этой возрастной группы планируют открыть бизнес. В старших возрастных группах видна тенденция к уменьшению активности.

Для устоявшихся предпринимателей характерно

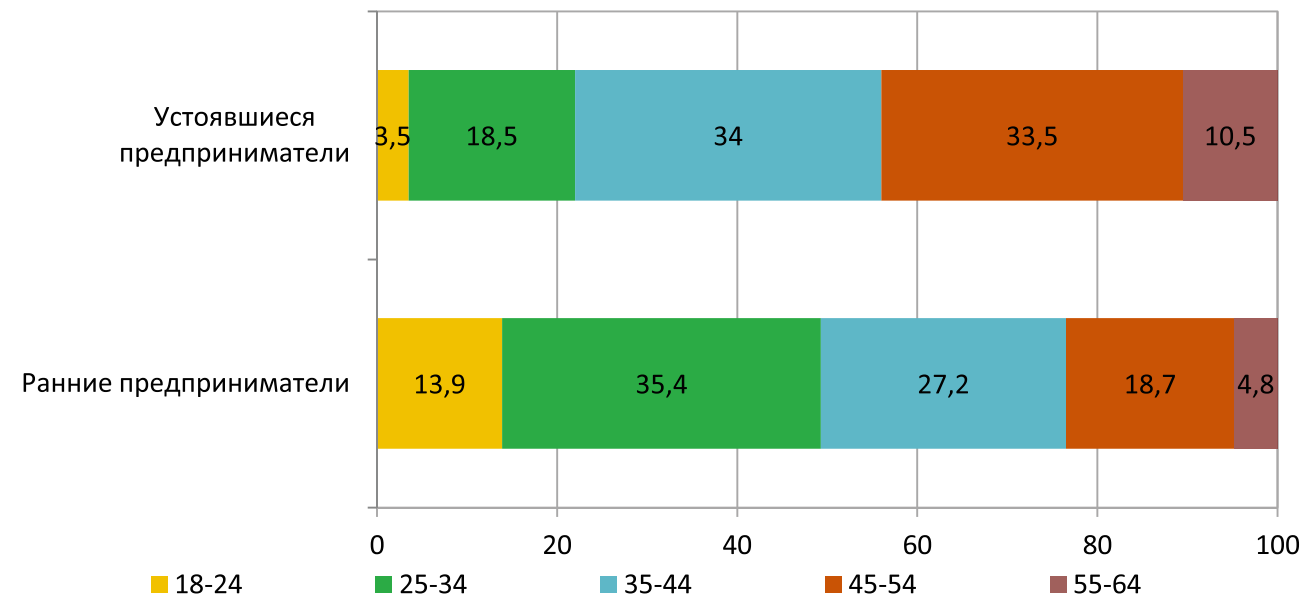


Рис. 19. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по возрастным группам, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

ОБРАЗОВАНИЕ

В методологии GEM по уровню образования выделяют четыре группы людей: респонденты с «неполным средним образованием», «средним образованием», «незаконченным высшим или профессионально-техническим образованием», а также «высшим образованием» (в последнюю категорию включаются лица, имеющие ученые степени кандидата и доктора наук, а также получившие степень магистра делового администрирования (MBA)).

Среди предпринимателей, как ранних, так и устоявшихся, преобладают респонденты с незаконченным высшим или профессионально-техническим и высшим образованием (рис. 20). На их долю приходится более 80% предпринимателей. Наибольшую активность среди ранних (7,09%) и устоявшихся (4,68%) предпринимателей демонстрируют респонденты с высшим образованием.

преобладание возрастных групп «35–44» и «45–54». При этом среди владельцев вновь созданного бизнеса и устоявшихся предпринимателей активность мужчин превышает активность женщин во всех возрастных группах. Среди нарождающихся предпринимателей различия практически отсутствуют.

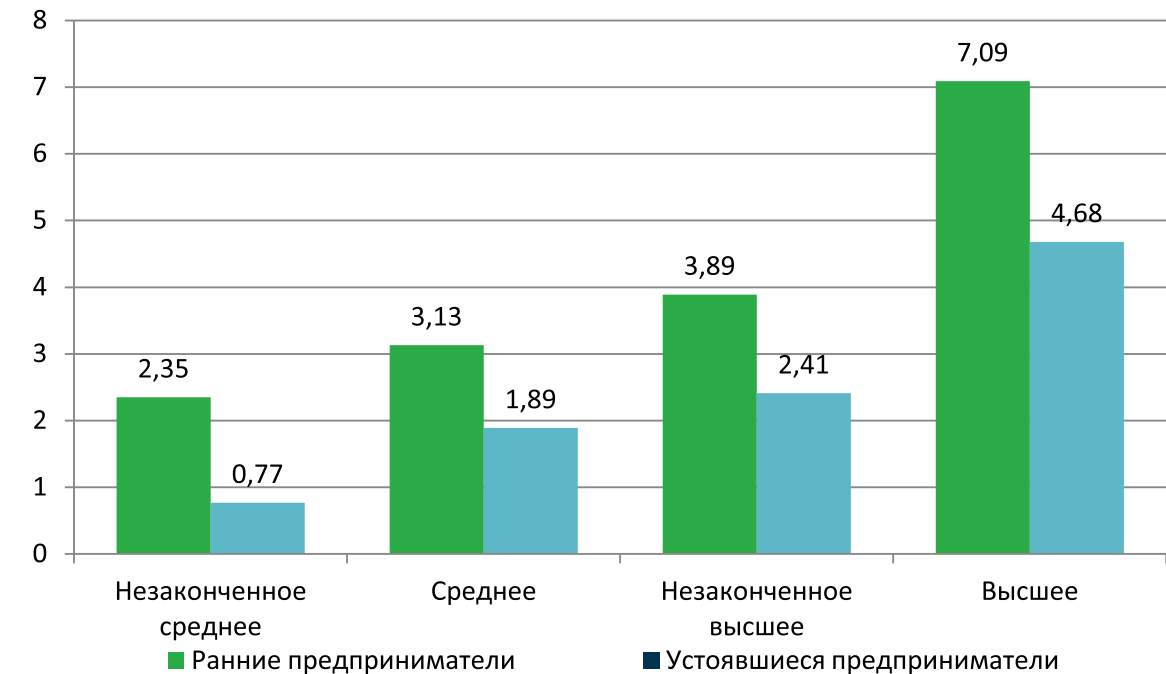


Рис. 20. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

ТИП ЗАНЯТОСТИ

Как показало исследование, 46% ранних и 84% устоявшихся предпринимателей получают доход только от предпринимательской деятельности. 37% ранних и 13% устоявшихся предпринимателей указывают, что основным источником их дохода является заработная плата, получаемая на основном месте работы, где они заняты полностью или частично. Наибольшую раннюю предпринимательскую активность демонстрируют предприниматели, имеющие частичную занятость.

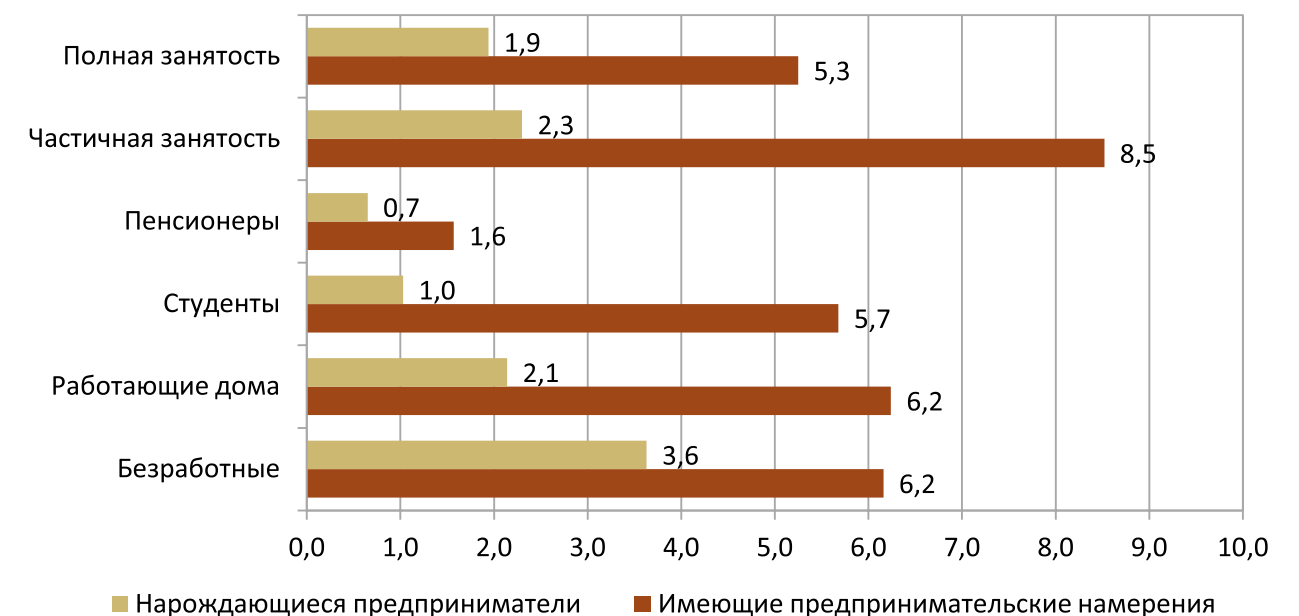


Рис. 21. Активность нарождающихся предпринимателей и респондентов, имеющих предпринимательские намерения по типу занятости, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Сравнение активности нарождающихся предпринимателей и планирующих открыть бизнес в ближайшие время в зависимости от статуса на рынке труда выявляет группы роста предпринимательства в России (рис. 21). Самый высокий уровень предпринимательских намерений наблюдается у респондентов, имеющих частичную занятость (8,5%). Это может быть вызвано существующими условиями труда и уровнем оплаты. К группе роста можно отнести студентов, 5,7% которых отметили, что планируют открыть собственное дело

ТИП НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА*

Плотность населения, проживающего в том или ином населенном пункте, наличие инфраструктуры и уровень доходов населения влияют на условия экономической активности населения, в том числе – на возможности осуществления предпринимательской деятельности.

Структура предпринимательской активности населения схожа в различных типах поселений, за исключением мегаполисов – единственного типа поселения,

в ближайшие три года, при этом предпринимательский старт осуществлен только 1% из них.

Среди тех, кто предпринимает попытки создать бизнес, но еще не получает дохода, наибольшую активность демонстрируют безработные. Однако в 2011 г. только каждый шестнадцатый высказал готовность стать предпринимателем в будущем, что значительно ниже уровня 2008 г., когда каждый седьмой безработный выражал готовность построить свой бизнес.

где доля закрывших бизнес выше, чем доля владельцев устоявшегося бизнеса. От 51 до 60% предпринимательской активности взрослого трудоспособного населения России приходится на долю ранних предпринимателей во всех типах населенных пунктов.

Доля ранних предпринимателей среди взрослого трудоспособного населения колеблется от 3,41% в малых до максимального значения 7% в крупных городах (рис. 22).

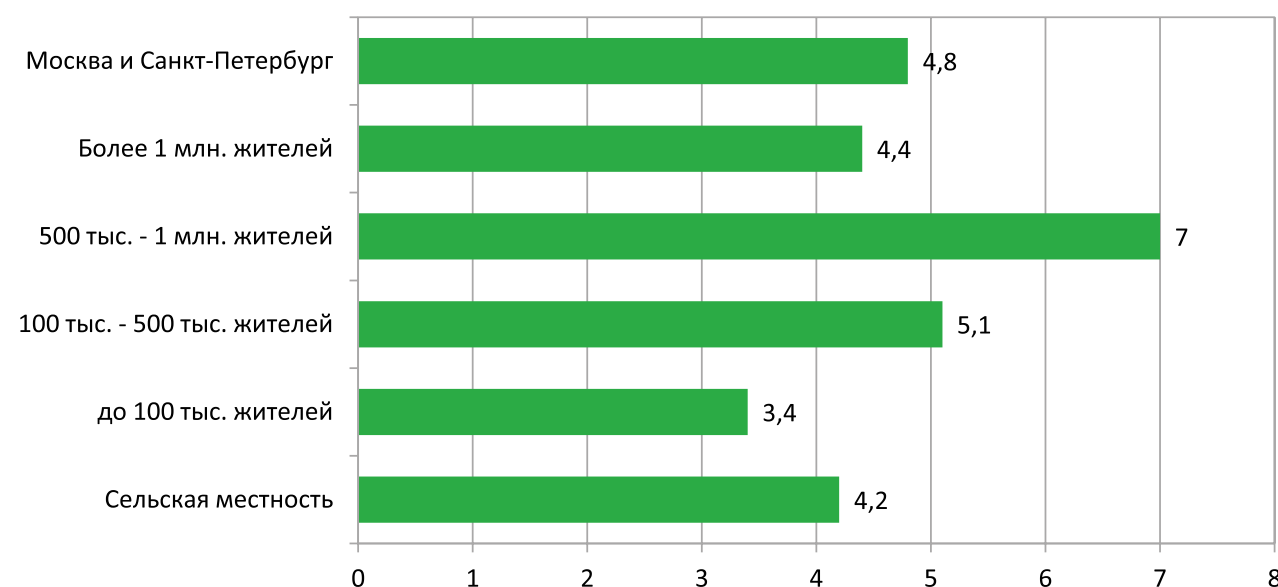


Рис. 22. Ранняя предпринимательская активность в различных типах поселений, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Различия в активности по поселенческому признаку связано не только с особенностью экономического развития региона, но и с социально-демографическими факторами и факторами восприятия. Мужское раннее предпринимательство (53,44%) доминирует в большинстве типов поселений. Наибольший разрыв между мужской и женской предпринимательской ак-

тивностью наблюдается в крупных и малых городах, где доля мужчин в составе ранних предпринимателей составляет 57%. Исключением из общей картины являются мегаполисы, где доля ранних предпринимателей среди женщин выше на 6,04%.

Доля ранних предпринимателей с высшим или неполным высшим образованием (т.е. относящихся к ре-

спондентам с высоким уровнем образования) сокращается при уменьшении размера типа поселения (от мегаполиса – к селу). И наоборот, доля ранних предпринимателей, имеющих низкий уровень образования, возрастает при уменьшении размера типа поселения: в крупных городах этот показатель составляет 9,8%, а в селах – 30,26%. Интересным является и тот факт, что в Москве и Санкт-Петербурге доля ранних предпринимателей с низким уровнем образования, составляет лишь 5,26%, тогда как 2/3 имеет высшее образование. Этот факт может объясняться тем, что эти города являются крупнейшими образовательными центрами страны, в которых сосредоточено большинство высших профессиональных учебных заведений.

Анализ уровня образования ранних предпринимателей позволяет дифференцированно оценить потребность в разных видах образовательных программ, необходимых в том или ином типе поселения. Полученные данные свидетельствуют о том, что в качестве меры, направленной на поддержку и развитие малого и среднего бизнеса, классические программы MBA и обучения лидерству имеют условия для реализации в крупных городах и мегаполисах, тогда как в малых городах и сельской местности оптимальными являются, скорее всего, курсы, формирующие лишь самые

основные навыки учета, финансового планирования и т.п.

Наименее оптимистично относительно перспектив начала бизнеса настроены ранние предприниматели в мегаполисах, они же характеризуются самой слабой вовлеченностью в социальные сети предпринимателей и больше всех боятся неудач в бизнесе. Наиболее уверены в успехе ранние предприниматели, проживающие в Москве и Санкт-Петербурге. Таким образом, города-миллионники, в большинстве своем являющиеся областными центрами и обладающие, казалось бы, более развитой инфраструктурой поддержки предпринимательства и более широким полем возможностей для предпринимательской активности, оказываются в современной России самыми проблемными, с точки зрения не столько уровня развития, сколько психологических и мотивационных особенностей ранних предпринимателей.

В большинстве типов поселений мотивационную структуру российского раннего предпринимательства можно оценить как достаточно благоприятную в плане соотношения добровольного и вынужденного предпринимательства. Даже сельская местность на сегодня уже не является преимущественно сферой сосредоточения вынужденного предпринимательства.

СЕКТОРАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

GEM анализирует структуру предпринимательства по видам экономической деятельности на основе Международной стандартной классификации видов экономической деятельности (International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities – ISIC). Все виды экономической деятельности сгруппированы в -ориентированном на потребителей секторе экономики; производящем секторе (оказание бизнес-услуг; производство и строительство) или добывающем секторе (сельское и лесное хозяйство, рыболовство, добыча полезных ископаемых). При использовании данных проекта необходимо учесть, что для измерения ряда показателей, например, для оценки структуры по видам деятельности, база GEM не является лучшим источником информации, однако может быть полезна для характеристики активности ранних предпринимателей.

На протяжении периода существования проекта выявляются общие тенденции в секторальном распределении предпринимателей. Большинство как ранних, так и устоявшихся предпринимателей в России занято в потребительском секторе. Хотя это характерно для

всех стран, однако в инновационно-ориентированных экономиках доля подобных предпринимателей ниже, чем в ресурсно- и эффективно-ориентированных.

Большинство российских предпринимателей (53% ранних и 56% устоявшихся) занято в потребительском секторе (рис. 23).

Обращает на себя внимание низкая занятость российских предпринимателей в секторе оказания бизнес-услуг (9% ранних и 8% устоявшихся предпринимателей). Доля предпринимателей, занятых в этом секторе, значительно ниже, по сравнению не только с инновационно-ориентированными (28% и 26% соответственно), но и эффективно-ориентированными экономиками (15% и 13% соответственно). Это негативно характеризует российское предпринимательство. При оказании бизнес-услуг конкуренция основывается на знаниях и технологиях, поэтому невозможно представить развитие инновационной экономики без увеличения доли компаний в этом секторе и обладающих большим качеством и потенциалом роста.

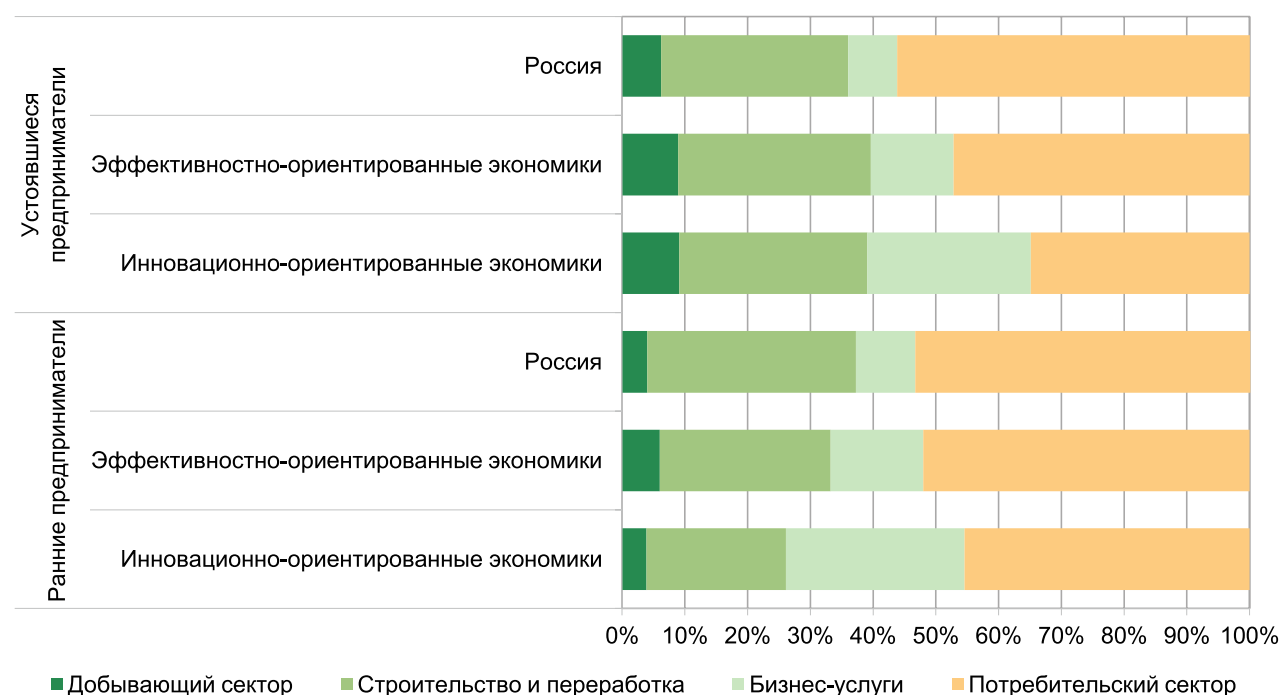


Рис. 23. Секторальное распределение российских предпринимателей, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

ЗАКРЫТИЕ БИЗНЕСА*

Предпринимательская активность измеряется количеством не только созданных, но и вышедших из бизнеса компаний. В ряде стран уровень выхода из бизнеса сопоставим с ранней предпринимательской активностью, а иногда и превышает ее (табл. 2). Наряду с показателями ранней и устоявшейся предпринимательской активности, уровень выхода из бизнеса может рассматриваться как компонент динамики предпринимательства в обществе.

Сравнение уровня нарождающегося предпринимательства, т.е. численности лиц, вовлеченных в создание бизнеса и предпринимающих активные действия, с уровнем тех, кто выходит из бизнеса, позволяет вести речь о расширении предпринимательства. В большинстве стран-участниц проекта значение этого коэффициента в 2011 г. было выше 1. При этом связи между коэффициентом расширения и уровнем экономического развития не наблюдается (рис. 24).

В России в 2011 г. количество начинающих свое дело предпринимателей превысило число вышедших из бизнеса. Значение коэффициента расширения предпринимательства составило 1,55.

Необходимо отметить, что выход из бизнеса не всегда сопряжен с закрытием компании, поскольку предпринимательские фирмы, собственники которых покинули компанию, могут продолжить существовать с другими собственниками или в другой форме. В России в 2011 г. число бизнесов, которые прекратили свое существование, составило почти 80% из всех выходов.

Предпринимателей с опытом закрытия бизнеса можно разделить на две большие категории – на тех, кто окончательно выбыл из бизнеса, и тех, кто еще так или иначе связывает (или предполагает связать) свою деятельность с предпринимательством.

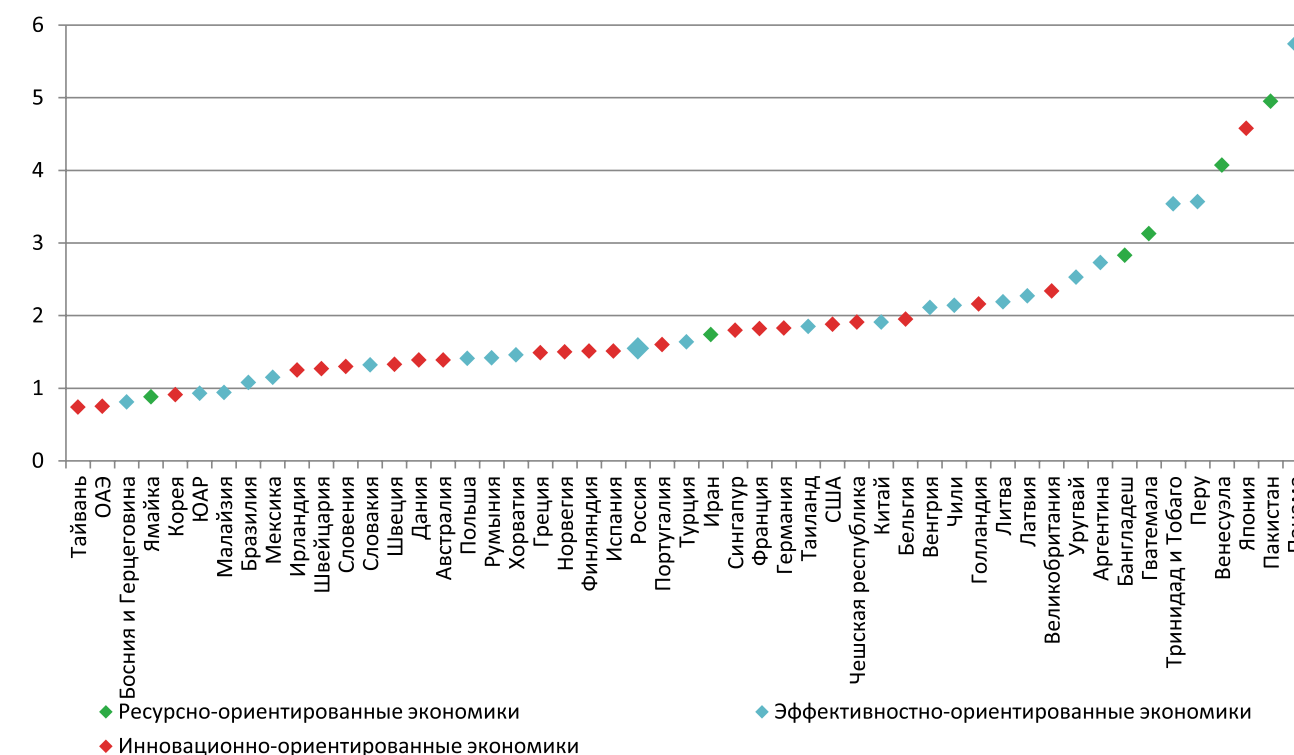


Рис. 24. Значение коэффициента расширения предпринимательства в различных типах экономик, 2011 г., %
Источник: APS 2011 г.

В России в 2011 г. более половины тех, кто закрыл компанию, окончательно вышли из бизнеса (58,5%) (рис. 25). Чуть меньше половины (41,5%) составляет группа так или иначе оставшихся в бизнесе, большая часть из которых – предприниматели, владеющие не-

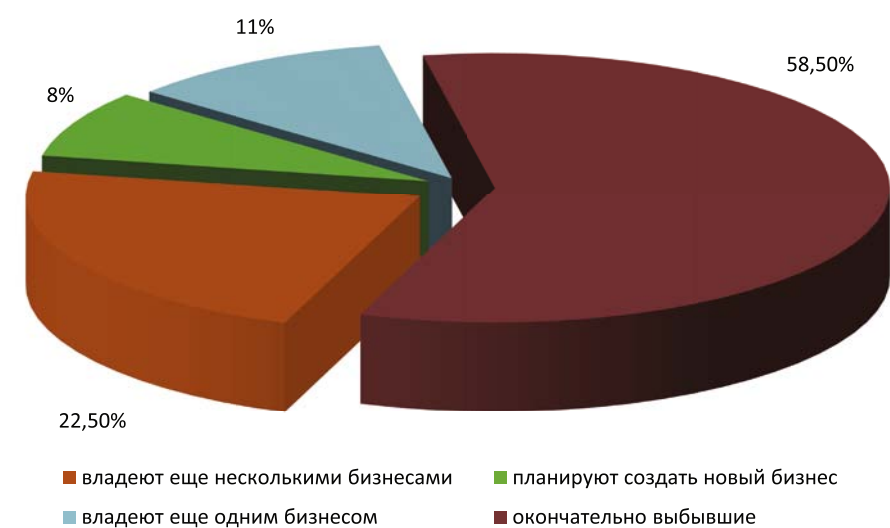


Рис. 25. Структура предпринимателей, закрывших бизнес, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

В России основной причиной закрытия бизнеса предпринимателями была названа убыточность компании, доля этого мотива составила 45% от числа всех выходов (рис. 26). Наряду с проблемами, связанными с доступом к финансированию, в 2011 г. финансовые причины стали толчком для прекращения деятельности у 58% предпринимателей. Это ниже, чем в 2010 г., когда 73% предпринимателей вышли из бизнеса по финансовым причинам.

Анализ структуры причин выхода из бизнеса позволяет также увидеть, что в России доля таких причин, как «возможность другого трудоустройства», «возможность продажи» и «планируемый выход», вдвое ниже, чем в инновационно-ориентированных экономиках (11% и 22% соответственно). Причины этого можно искать в развитости рынка, на котором существует больше возможностей и для предпринимательского выбора.

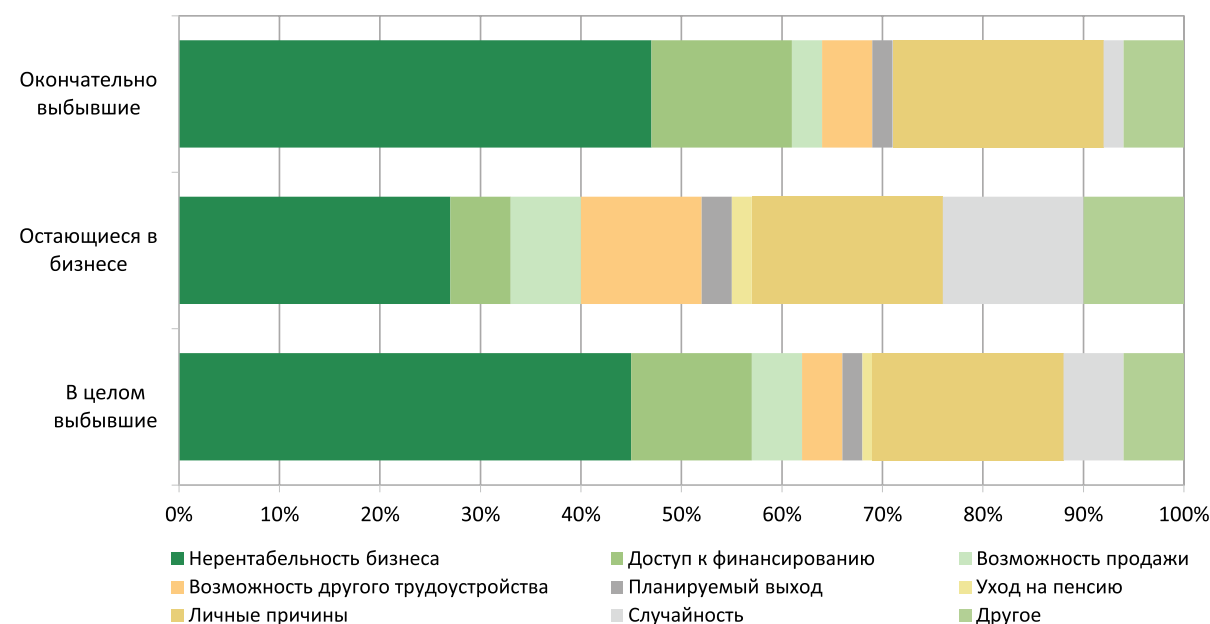


Рис. 26. Причины выхода из бизнеса, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Структура причин закрытия компаний теми, кто окончательно вышел из бизнеса, и теми, кто продолжает оставаться предпринимателями, различны. Финансовые трудности были основной причиной прекращения деятельности для первой группы (более 60% выходов), а для второй – только для трети.

Финансовые трудности были основной причиной прекращения деятельности для первой группы (более 60% выходов), а для второй – только для трети.

ФИНАНСИРОВАНИЕ РАННЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА*

Ни банковский сектор, ни инвестиционные компании, как правило, не проявляют интереса к малым фирмам, которые находятся на этапе формирования ресурсов и еще не получили выручки от реализации произведенных товаров или услуг. В развитых странах существование специальных институтов неформального финансирования, а также широкого спектра услуг, связанных с привлечением высокорисковых инвестиций, практически полностью обеспечивает жизнеспособность только что зародившегося бизнеса. Однако в развивающихся экономиках основным источником финансирования становится собственный капитал предпринимателя, дополненный средствами из государственных программ, реже – банковскими кредитами (либо потребительскими, либо полученными в рамках партнерских соглашений), и за редкими исключениями – материальной поддержкой профессиональных инвесторов.

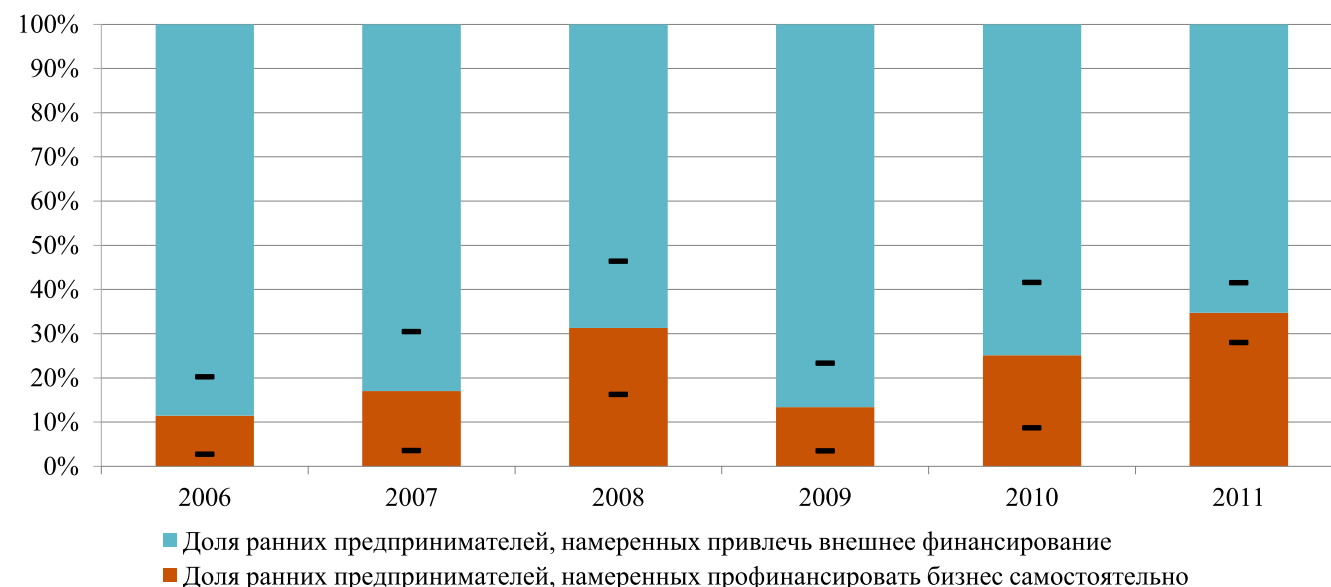
Ранние предприниматели являются источником повышенного риска не только для кредитных организаций, но и для институциональных и частных венчурных инвесторов: инвестиционных фондов, бизнес-ангелов и неформальных инвесторов. Более того, доходность выше средней по рынку не характерна для данного сегмента на российском рынке и, как правило, наблюдается только в фирмах с высоким потенциалом роста, использующих новые технологии или выпускающих новый продукт.

В России ранние предприниматели, имея постоянное место занятости и высшее образование, обращаются за финансовой поддержкой к семье, друзьям и коллегам, которые вынуждены их спонсировать. Такого рода инвестиции распространены в обществах, характеризующихся низким уровнем жизни и наличием крепких социальных связей.

СПРОС НА ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАННЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ В 2006-2011 ГГ.

Несмотря на труднодоступность внешнего капитала, заемные средства доминируют на раннем этапе развития малых фирм (рис. 27). С 2006 по 2008 г. наблюдается рост собственных вложений, связанный, по-видимому, как с недоступностью формальных каналов внешнего финансирования, так и с устойчивым ростом доходов населения. Если в 2006 г. около 4% ранних предпринимателей были готовы профинансировать

бизнес самостоятельно, то в 2008 г. – уже как минимум каждый пятый располагал такими возможностями. К 2009 г. уровень самостоятельного финансирования вернулся к исходному значению, уступив заемному капиталу, что, скорее всего, связано со снижением благосостояния предпринимателей, а также с их нежеланием рисковать собственными средствами во время экономического спада.

Рис. 27. Внешнее и внутреннее финансирование ранних предпринимателей, 2006-2011 г., %¹³

Источник: APS Russia 2006-2011 г.

Примечание: Пунктиром на рисунке представлены границы доверительных интервалов доли ранних предпринимателей, намеренных профинансировать бизнес самостоятельно, на 5%-ном уровне значимости.

Динамика показателя свидетельствует о высокой чувствительности финансового положения раннего предпринимателя к изменению внешних условий, которые влияют на состояние его сбережений, а также на готовность вкладывать эти сбережения в начало собственного дела. В 2011 г. позитивные ожидания в отношении перспектив ведения бизнеса выросли, что привело к увеличению желания инвестировать в собственные бизнес-проекты.

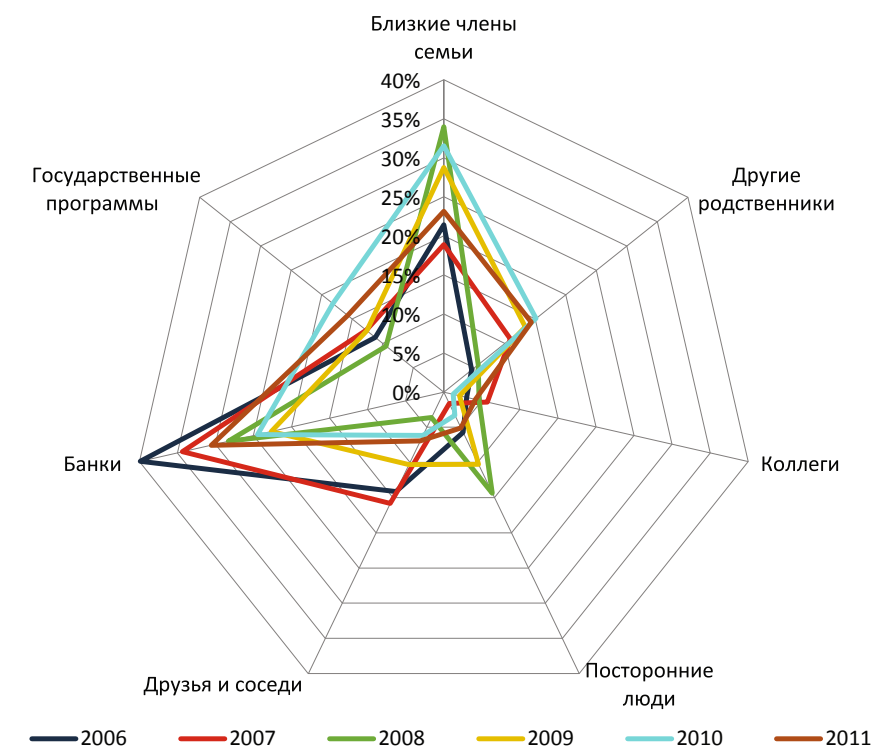
Интересно отметить, что практически каждый второй ранний предприниматель, готовый профинансировать бизнес за счет собственных средств, оказывается либо наемным работником, либо независимым предпринимателем, в то время как неработающие респонденты в гораздо большей степени рассчитывают привлечь внешнее финансирование.

Значимых отличий между добровольными и вынужденными предпринимателями не наблюдается, однако те лица, которые выбрали предпринимательскую карьеру по причине отсутствия другой подходящей работы, в меньшей степени склонны финансировать бизнес за свой счет, в отличие от тех, кто добровольно включился в организацию нового предприятия.

Распределение спроса на заемный капитал среди ранних предпринимателей представлено на рис. 28. Если в 2006 и 2007 гг. доминировал выбор в пользу банковского кредита, то в 2008–2010 гг. акцент

сместился в пользу заимствования у родственников. В 2011 г. происходит постепенное возвращение структуры к докризисному состоянию: в приоритетную группу вошли продукты кредитных организаций, несколько увеличился спрос на государственные программы, стабилизировались предпочтения относительно бизнес-ангелов. Среди наиболее значимых источников финансирования респонденты указывают средства, привлекаемые у банков и родственников. Малозначимой остается поддержка коллег, в 2011 г. уменьшился спрос на финансовую помощь друзей и соседей. Несущественной остается доля ранних предпринимателей, намеренных привлечь инвестиции бизнес-ангелов, значимо возросшая только в 2008 г.

Несмотря на высокий спрос на банковские кредиты в некоторые периоды, стабильно доминирующим источником финансирования остается неформальный капитал. Причем, если в 2006-2007 гг. предпочтения ранних предпринимателей распределились между формальными и неформальными инвестициями в равном соотношении, то с 2008 г. наблюдается явное доминирование спроса на средства родственников, друзей и знакомых. В 2009 г. как минимум каждый второй предприниматель проявлял желание воспользоваться поддержкой неформальных инвесторов. К 2010 г. спрос несколько ослабел, в 2011 г. значение показателя вернулось на докризисный уровень.

Рис. 28. Структура привлечения источников финансирования ранними предпринимателями, 2006-2011 г., %
Источник: APS Russia 2006-2011 гг.

Больше всех в 2011 г. на «любовный капитал» (средства, заимствованные у родственников, друзей, коллег, соседей для финансирования раннего бизнеса) рассчитывают ранние предприниматели, одновременно не занятые трудовой деятельностью. Одновременно с этим не более 20% ранних предпринимателей, уже владеющих собственным бизнесом, намерены попросить родственников и друзей о материальном

содействии для старта нового дела. Практически никто из последних не намерен привлекать инвестиции бизнес-ангелов, и только каждый пятый рассчитывает на банковский кредит. Данные результаты свидетельствуют о том, что ранние предприниматели с опытом ведения бизнеса в большей мере ориентируются на смешанные источники финансирования.

ДИНАМИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НЕФОРМАЛЬНОГО КАПИТАЛА В РОССИИ В 2006-2011 ГГ.

Неформальные инвестиции распространены не только в эффективно-ориентированных экономиках, где затруднен доступ к банковским кредитам и отсутствует налаженная система венчурного инвестирования, но и в инновационно-ориентированных. Причем, в первом случае спрос порождает предложение, вытекая из необходимости реализации предпринимательской деятельности как способа обеспечения приемлемого уровня жизни. Более того, значимость социальных связей подразумевает неизбежность привлечения бюджета родственников и друзей для развития нового бизнеса. Что касается второй группы стран, то неформальный капитал, во-первых, может являться

лишь дополнительным ресурсом на начальном этапе становления проекта, во-вторых, привлекается для финансирования бизнесов с низкой капиталоемкостью, а, в-третьих, возможно, остается самым доступным и дешевым вариантом осуществления бизнес-идеи.

Что касается России, то доля неформальных инвесторов, вкладывающих собственные средства в бизнес третьих лиц, независимо от условий, на которых осуществляются эти вложения, среди взрослого трудоспособного населения остается устойчивой на протяжении 2006-2011 гг. и составляет не более 2,2%.

В докризисный период доля неформальных ин-

весторов среди предпринимателей увеличивалась со средним темпом 30% в год (как минимум каждый третий предприниматель предоставлял средства для запуска нового бизнеса своим родственникам или знакомым). Однако в условиях кризиса этот вид активности предпринимателей — вероятно, в связи с отсутствием временно свободных средств — сошел на нет: к 2010 г. практически ни один предпринима-

тель не заявил, что выступал в роли неформального инвестора (рис. 29). Однако по-иному обстоит дело с неформальным капиталом, поступающим от не-предпринимательских слоев населения. В 2006 г., а также в 2008-2011 гг. доля таких инвесторов оставалась стабильной: не менее 7% населения, не вовлеченного в предпринимательскую активность, поддерживало членов своих семей, друзей и коллег.

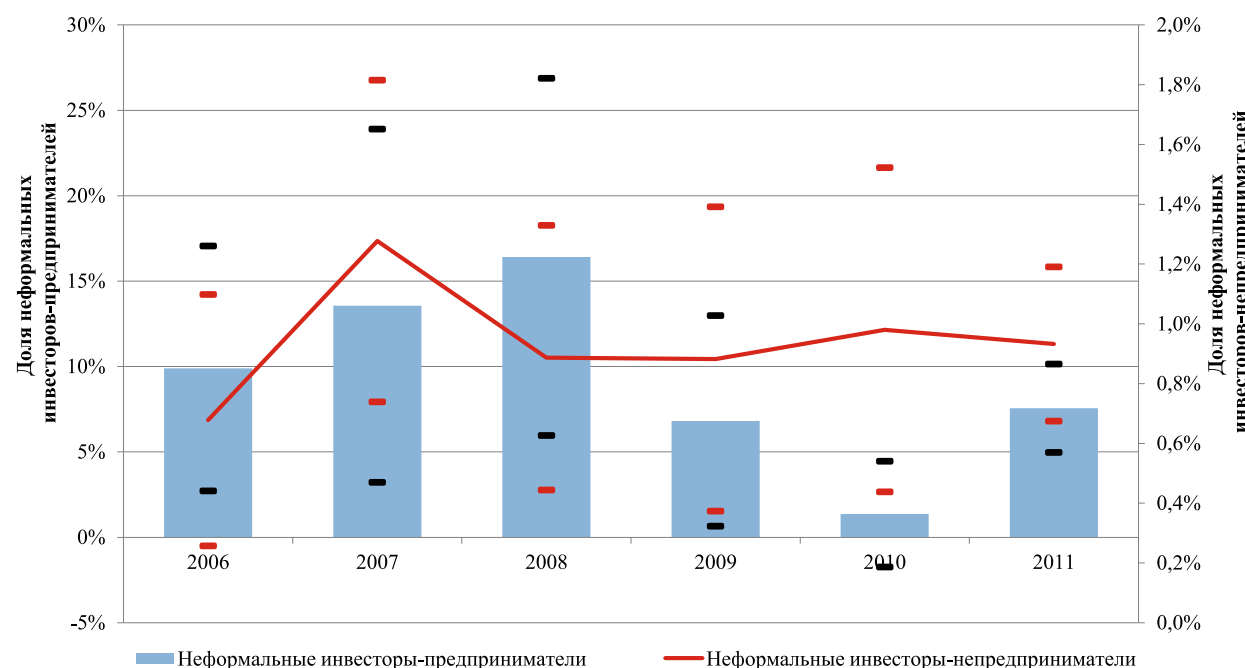


Рис. 29. Распределение неформальных инвесторов по типу экономической активности в России, 2006-2011 гг., %
Источник: APS Russia 2006-2011 г.

Нельзя не отметить значимый рост доли неформальных инвесторов среди предпринимателей в 2011 г., который, по-видимому, связан с появлением временно свободных средств у последних в условиях улучшения экономической конъюнктуры в послекризисный период.

На рис. 30 проиллюстрировано распределение неформальных инвесторов по типу заемщиков: кому они оказывали финансовую поддержку за последние три года? В 2006-2008 гг. почти половина неформальных средств направлялась на финансирование друзей, коллег и знакомых.

По-видимому, в период экономического спада близкие члены семьи и родственники оказались единственным источником поддержки стартующего бизнеса, подчеркивая вынужденный характер инвестиций на фоне ухудшающегося благосостояния коллег, друзей и знакомых. С улучшением макроэкономической

обстановки сохраняются «моральные обязательства» перед родственниками, в особенности, близкими членами семьи, в то время как возрастает доля «дружеских» инвестиционных отношений.

Как и следовало ожидать, финансировали друзей и соседей в большей степени неформальные инвесторы — непредприниматели, в то время как инвесторы, занятые управлением собственного бизнеса, оказались более заинтересованы в финансировании проектов, исходя из иного критерия — хорошей бизнес-идеи, поэтому среди их клиентов преобладают посторонние, ранее не знакомые им лица. Однако и те, и другие в равной степени инвестировали в проекты своих родственников и коллег, что подчеркивает значение моральных обязательств при принятии финансовых решений — как для предпринимателей, так и для их кредиторов.

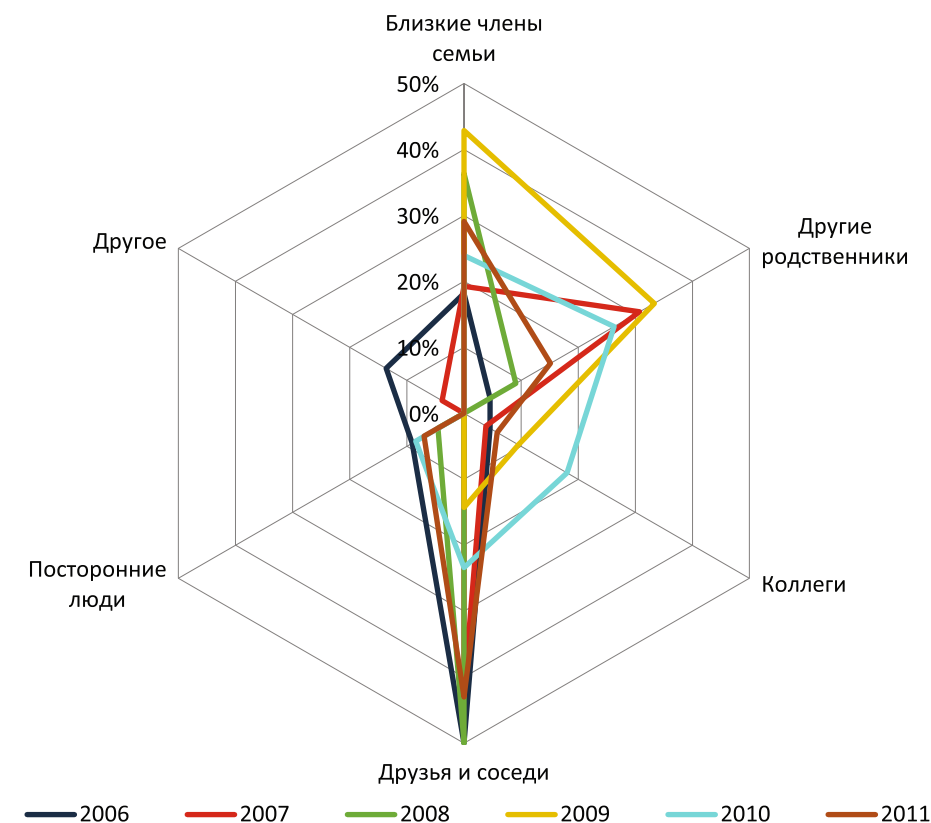


Рис. 30. Распределение неформальных инвесторов по типам заемщиков, 2006-2011 гг., %
Источник: APS Russia 2006-2011 г.

Например, распределение объема вложенных средств характеризуется высокой неоднородностью: большинство инвесторов чаще вкладывает крупные суммы денег, в особенности это значимо для 2006 и 2008 гг. В тот же период максимальна и дифференциация среди неформальных инвесторов: величина вложенных средств для 10% из них, кредитовавших наибольший объем капитала, превосходит величину инвестиций, предоставленную 10%-ми, которые внесли минимальные суммы, более чем в 200 раз.

При этом неформальные инвесторы — предприниматели более однородны в объемах предоставляемых средств, что, скорее всего, обусловлено некоторым профессиональным сходством данной категории лиц. Неформальные инвесторы — непредприниматели, напротив, характеризуются высокой дифференциацией, что, по-видимому, связано с располагаемым доходом и отношением к заемщику, а не экономическим интересом.

Данный вывод подтверждается после рассмотрения статуса занятости неформального инвестора как косвенного признака наличия постоянных доходов, в качестве фактора, обуславливающего объем предоставленных инвестиций. Не работающие поставщики неформального капитала составляют самую неоднородную группу, ее представители инвестировали либо очень крупные суммы, либо, напротив, весьма незначительные. Такой результат является свидетельством значимости социальных связей с заемщиком, когда, в частности, в качестве источника финансирования рассматривается не бюджет отдельного индивида, а накопления всего домашнего хозяйства или семьи. Практически равномерное распределение неформальных инвесторов по объему предоставленных средств наблюдается среди независимых предпринимателей, что выделяет данную группу, обнаруживая предпосылки к формированию бизнес-сетей, заменяющих «любимый» капитал на эффективной (экономически оправданной) основе.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ*

Предпринимательские устремления отражают качественную природу предпринимательства. Страны различаются между собой не только по уровню предпринимательской активности, но и по тому, как предприниматели внедряют новые продукты, осуществляют производственный процесс, работают на зарубежных рынках, развивают свои предприятия, а также привлекают капитал для их развития. Амбициозные устрем-

ления могут оказать значительное влияние на уровень предпринимательской активности в каждой стране. В проекте GEM для исследования предпринимательских устремлений используются такие показатели, как ожидаемый рост бизнеса, инновационность предпринимательской деятельности и экспортная ориентация.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

Различные предпринимательские фирмы оказывают неодинаковое влияние на экономический рост. Нацеленные на активное развитие компании создают большее количество рабочих мест и, соответственно, вносят больший вклад в экономику страны. Для оценки роста компании в проекте GEM используется показатель создания новых рабочих мест. К быстро растущим компаниям относятся компании, предполагающие создать 20 и более рабочих мест в течение пяти лет после создания бизнеса, а к умеренно растущим – планирующие создать от 5 до 19 рабочих мест. Для уже существующих фирм дополнительным критерием выступает рост числа рабочих мест более чем на 50%.

В российском раннем предпринимательстве большинство составляют компании с числом занятых от 1 до 5 человек (62,9%), доля самозанятых – 7,7% от общего числа предприятий, в то время как ранние предприниматели, трудоустроившие 20 и более человек, – менее 6%. Распределение размера компаний в зависимости от количества наемных работников для устоявшихся предпринимателей имеет схожий характер. Компании с численностью наемных работников от 1 до 5 человек составляют 51% от всего устоявшегося бизнеса, от 6 до 19 работников – 25,3%, и только 8,6%

имеют 20 и более работников. Самозанятых среди предпринимателей со стажем – 12,1%. Предпринимательские устремления, оцениваемые на основе анализа планируемого в течение пяти лет увеличения числа рабочих мест, свидетельствуют о преодолении кризисных тенденций, проявившихся в сокращении нацеленности на рост. В 2009–2010 гг. 19,2% ранних и 24,3% устоявшихся предпринимателей планировали создать 20 и более рабочих мест в ближайшие пять лет (рис. 31).

Стремление к увеличению числа рабочих мест позволяет говорить о том, что предприниматели в России готовы были бы создать около 4 млн рабочих мест в течение пяти лет. Однако ранние предприниматели могут быть слишком оптимистичны в оценке своих перспектив и не все намерения создать рабочие места будут реализованы.

Гендерная структура предпринимателей с высоким потенциалом роста свидетельствует о преобладании среди них мужчин. Это характерно как для ранних, так и для устоявшихся предпринимателей. Среди ранних предпринимателей мужчины составляют 60%, а среди устоявшихся – 76%.

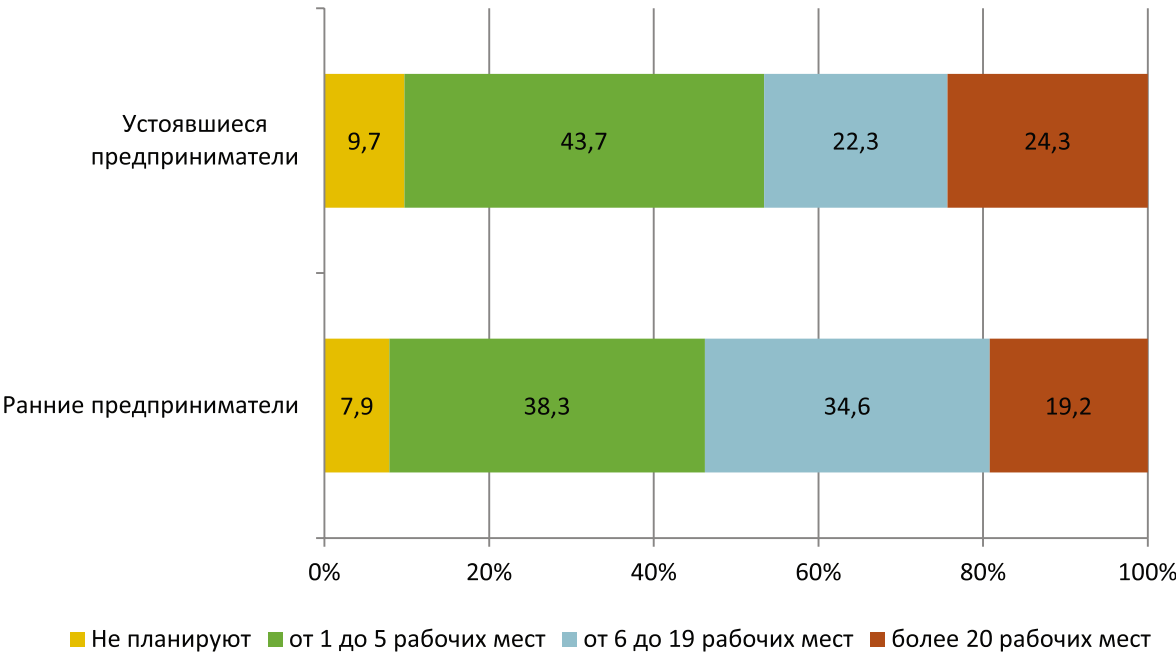


Рис. 31. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение пяти лет, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Уровень образования положительно влияет на стремление к росту. Среди ранних предпринимателей, желающих увеличить количество рабочих мест на 50%, половину составляют предприниматели с высшим образованием, а среди устоявшихся их 71%.

Очевидно, что возможности роста связаны со сферой деятельности компании и перспективой развития отрасли. Небольшой минимально допустимый размер компании в сфере оказания услуг потребителям не стимулирует к увеличению числа занятых в этих компаниях, поэтому как у ранних, так и у устоявшихся предпринимателей, доля стремящихся увеличить количество рабочих мест составляет 17,5% и 4,6% соответственно.

Наибольший запас роста существует у компаний в сфере оказания бизнес-услуг – 31% ранних и 28,6% устоявшихся таких компаний планируют увеличить количество рабочих мест более чем на 50%.

Среди факторов предпринимательского климата значимые различия были выявлены в распределении оценки благоприятности бизнес-среды. Устоявшиеся предприниматели, нацеленные на рост, видят больше возможностей для роста компании. По восприятию знаний и навыков различий не наблюдается. На ранних предпринимателей, ориентированных на рост, факторы восприятия не оказывают существенного воздействия.

ИННОВАЦИОННОСТЬ

Важной характеристикой предпринимательства является его инновационность. В рамках проекта ранним и устоявшимся предпринимателям предлагается оценить:

- новизну продукта/услуги, который производит или будет производить предприятие;
- конкурентное окружение, с которым сталкивается фирма;

- новизну используемых технологий.

Оценка новизны продукта или услуги различается в странах-участницах GEM. Как ранние, так и устоявшиеся предприниматели значительно чаще вовлечены в производство уже существующих на рынке товаров. Тем не менее общей тенденцией на протяжении ряда лет является то, что ранние предприниматели более оптимистично оценивают новизну своих товаров

и услуг, тогда как среди устоявшихся предпринимателей тех, кто верит в инновационность предлагаемых товаров, значительно меньше. Это может свидетельствовать о том, что ранние предприниматели не располагают достаточными знаниями о рынке для объективной оценки инновационности своих товаров и услуг.

В России в 2011 г. 70% ранних и 80% устоявшихся

предпринимателей отметили, что их продукция не является новой для потребителей (рис. 32). Следует отметить, что по сравнению с 2010 г. уверенность в оригинальности предлагаемых товаров или услуг у ранних предпринимателей несколько снизилась по сравнению с предыдущими годами, когда практически 16% молодых предпринимателей отмечали несомненную новизну своих продуктов.

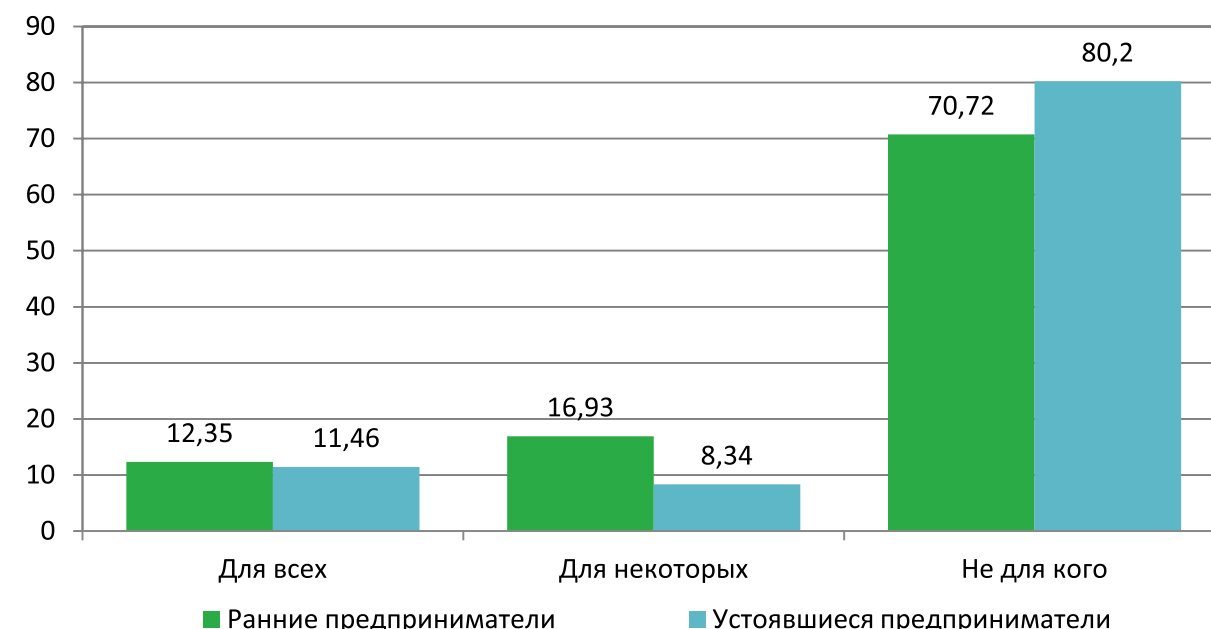


Рис. 32. Новизна продукта/услуг среди ранних и устоявшихся предпринимателей, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

При оценке конкурентного окружения также можно отметить общую тенденцию во всех странах-участниках проекта: предприниматели сталкиваются с высококонкурентной средой. В России, которая не является исключением, практически 64% ранних и 75% устоявшихся предпринимателей предполагают, что столкнутся с интенсивной конкуренцией на рынке (рис. 33). Это несколько ниже оценок 2010 г. Одной из причин высокой конкуренции на рынке выступают особенности секторального распределения российских предпринимателей — большинство из них занято в потребительском секторе, в котором число компаний, предлагающих стандартную продукцию, значительно выше, чем, например, в высокотехнологичных отраслях. Среди устоявшихся предпринимателей только 3,4% респондентов оценили среду как бесконкурентную; среди

ранних предпринимателей, которые столь же оптимистичны при оценке конкурентной среды, оказалось чуть более 6% респондентов.

При оценке предпринимателями своих технологий очевидна та же закономерность, что и при оценке новизны предлагаемого продукта (рис. 34). Значительное большинство предпринимателей — (85%) ранних и (92%) устоявшихся — отметило, что не использует новые технологии в своей предпринимательской деятельности. Среди ранних предпринимателей 14% респондентов (против 27% в 2010 г.) уверены, что применяют либо новейшие (до 1 года), либо новые (от 1 года до 5 лет) технологии. Среди устоявшихся предпринимателей таких респондентов чуть более 7%.

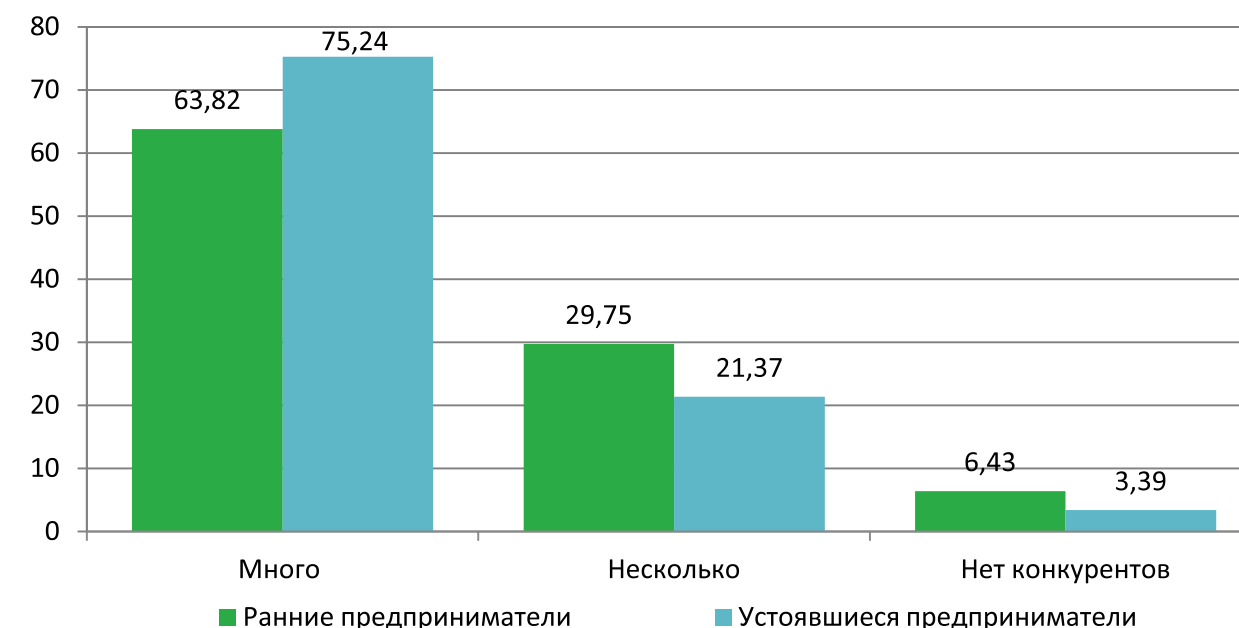


Рис. 33. Конкурентное окружение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Однако не всегда доля тех, кто оценивает свои технологии как новые, свидетельствует об инновационности экономики в целом. Более высокие значения этого показателя в ряде стран с ресурсно- и эффективно-ориентированными экономиками, по сравнению с инновационными экономиками, могут объясняться тем, что технологии, рассматриваемые как новые

в первых двух группах стран, не считаются таковыми в развитых экономиках. Кроме того, использование и разработка новых технологий в экономически развитых странах во многом осуществляются крупными компаниями, в то время как в менее развитых странах в процесс технологического развития вовлечены средние и малые компании.

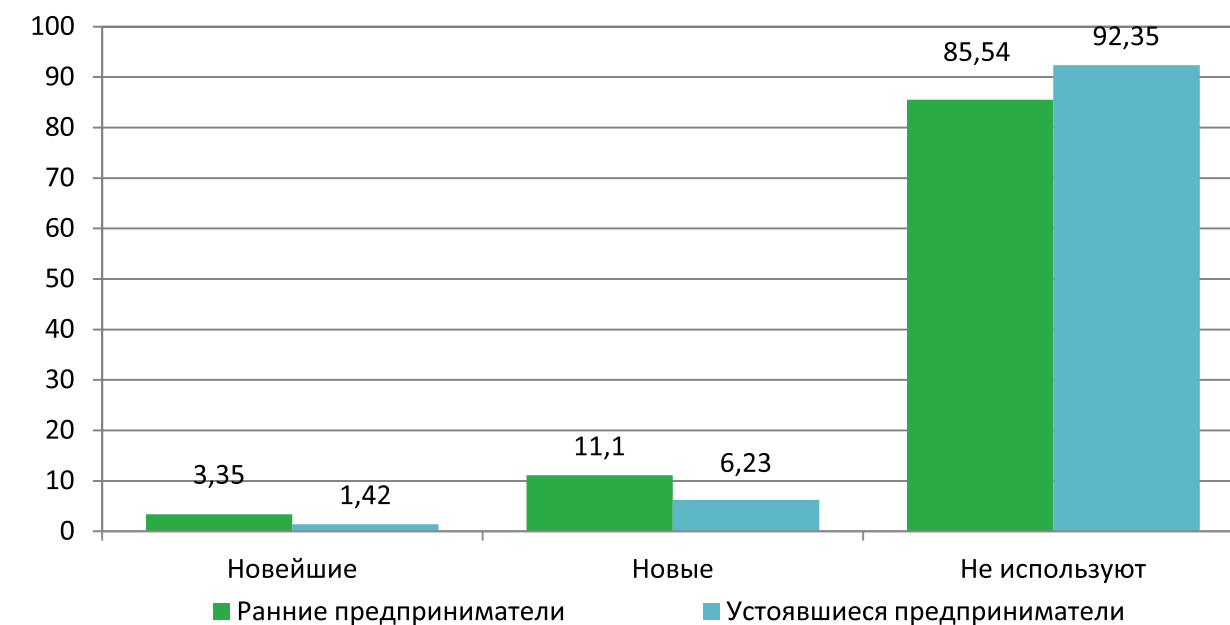


Рис. 34. Использование новейших и новых технологий ранними и устоявшимися предпринимателями, 2011 г., %
Источник: APS Russia 2011 г.

Для измерения инновационного потенциала страны также используется индекс, являющийся комбинацией двух описанных показателей инновационности – новизны продукта и интенсивности конкуренции. Этот индекс отражает количество предпринимателей, считающих, что предлагаемый ими продукт или услуга является новым для всех или нескольких потребителей и в то же время у них либо нет, либо мало конкурентов.

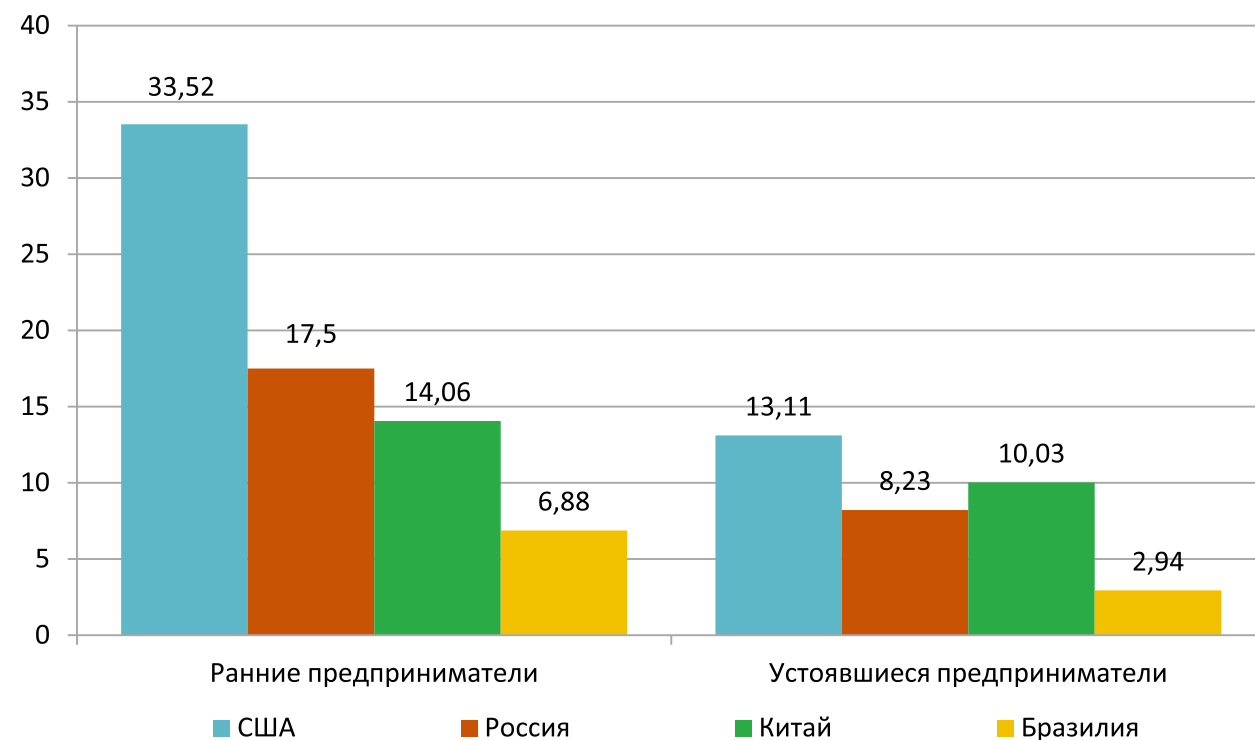


Рис. 35. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции ранних и устоявшихся предпринимателей по ряду стран, 2011 г. г., %
Источник: APS 2011 г.

Как видно, эти страны различаются по степени инновационности (рис. 35). Наиболее высокое значение индекса наблюдается в США, где каждый третий ранний предприниматель характеризует свою продукцию как новую и не имеющую конкурентов. Среди российских ранних предпринимателей доля тех, кто оценивает свою продукцию подобным образом, составила 17%. В Китае 14% ранних предпринимателей предполагают производить новый продукт и не столкнуться

На рис. 35 показано значение этого индекса для четырех стран, представляющих различные типы экономик и географические зоны. Выбор Бразилии и Китая обусловлен дискуссией об общих тенденциях развития этих стран и России. США является страной с развитой культурой предпринимательства.

с конкуренцией. Возможно, это связано с неразвитостью китайского внутреннего рынка.

Опыт предпринимательской деятельности заставляет предпринимателей более критично оценивать внешнее окружение, поэтому устоявшиеся предприниматели вдвое чаще указывают на возможность столкнуться с конкуренцией в предложении товаров, чем их коллеги, имеющие меньший опыт предпринимательской деятельности.

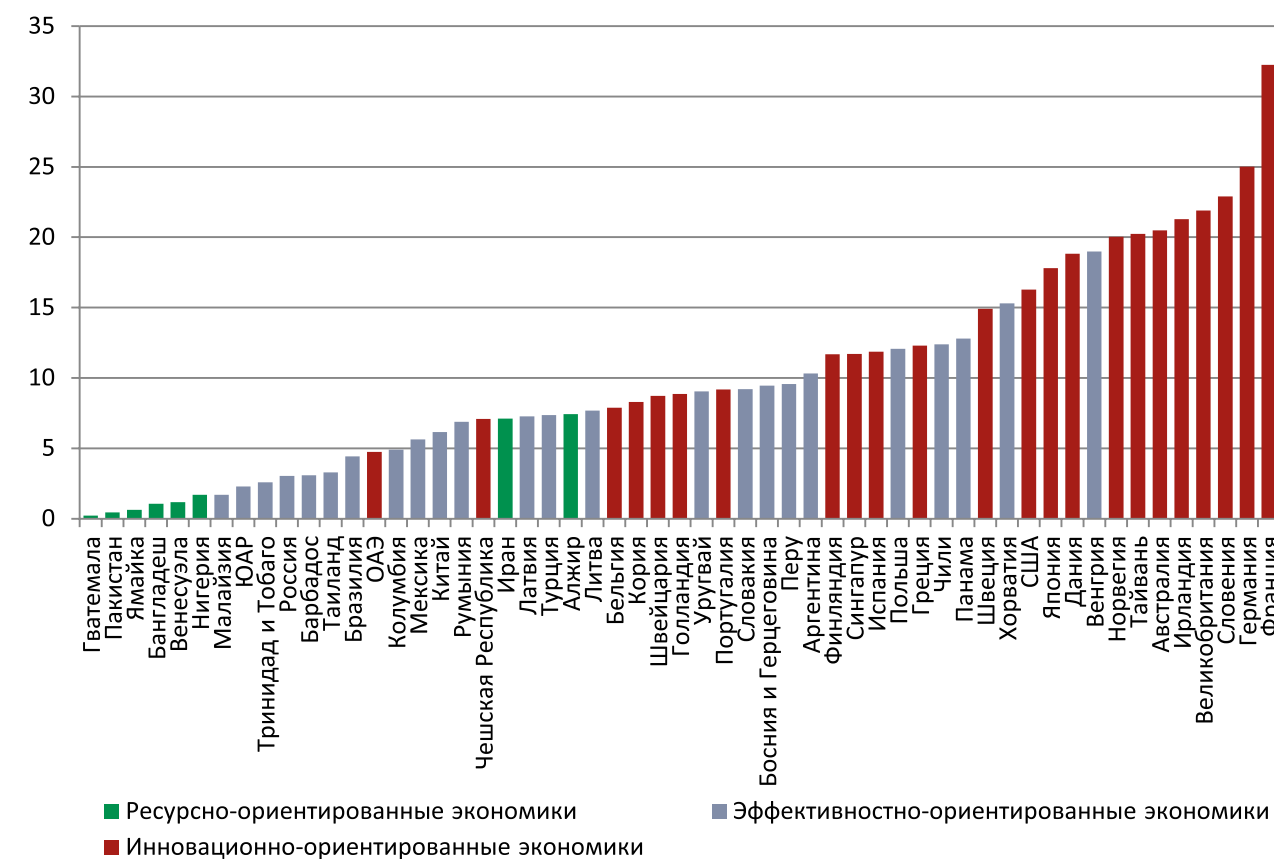


Рис. 36. Активность предпринимателей в высокотехнологичном секторе, 2011 г., %
Источник: APS 2011 г.

Еще одним показателем, характеризующим инновационный потенциал предпринимателей, является занятость в высокотехнологичном секторе. На рис. 36 представлены данные, описывающие активность предпринимателей в технологичных отраслях. Страны ранжированы в зависимости от доли предпринимателей (ранних и устоявшихся) в отрасли высоких технологий.

Закономерно выглядит тот факт, что вовлеченность в высокотехнологичные сектора значительно выше

в инновационно-ориентированных странах, где в среднем 15% предпринимателей заняты в этих отраслях. В эффективно-ориентированных экономиках таких предпринимателей – 8%, а в ресурсно-ориентированных – 2,5%.

В России в 2011 г. только 2% ранних предпринимателей отметили, что их бизнес связан с высокими технологиями, среди устоявшихся предпринимателей таких предпринимателей – 1%.

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В 2011 г. в качестве специальной темы было выбрано исследование предпринимательской активности работников. Акцент делается на изучении тех работников, которые играют ключевую роль в создании и развитии предпринимательских идей в компаниях, в которых они работают. Это могут быть предпринимательские инициативы как высшего звена, так и рядо-

вых сотрудников.

GEM определяет внутрифирменное предпринимательство достаточно широко – как любую деятельность работников по развитию или запуску новых продуктов и услуг, а также созданию новых бизнес-единиц в рамках существующей организации.

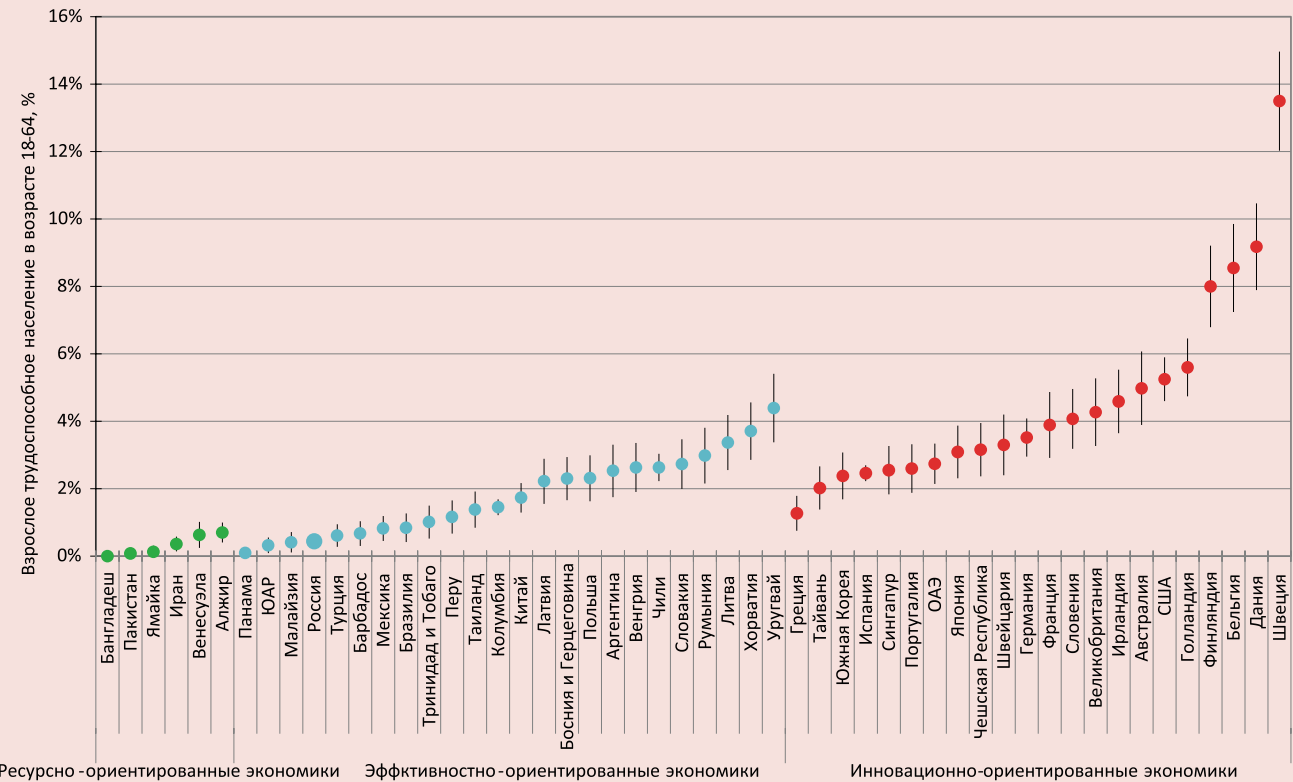


Рис. 37. Распределение стран по уровню внутрифирменного предпринимательства, 2011 г., %
Источник: APS 2011 г.

В среднем только 3% населения вовлечены во внутрифирменное предпринимательство, однако разброс достаточно существен: от отсутствия вовлеченных в Бангладеш до 14%

в Швеции (рис. 37). В России 0,4% респондентов отметили, что в настоящее время вовлечены в предпринимательские инициативы в своей организации.

АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)*

В проекте GEM выделяются структурные условия развития предпринимательства (Entrepreneurial Framework Conditions – EFC), отражающие основные характеристики социально-экономической среды и способствующие развитию предпринимательской активности (табл. 3).

Таблица 3

Структурные условия развития предпринимательства

EFC1	Финансовая поддержка. Доступность финансовых ресурсов и поддержка, включая гранты и субсидии новым и развивающимся фирмам. Также исследуются: доступность и качество финансовой поддержки – собственный, начальный и заемный капитал; понимание предпринимательства финансовым сообществом (например, знания и навыки для оценки возможностей предпринимательства, оценки бизнес-планов и потребностей малого бизнеса в капитале, готовность к работе с предпринимателями и отношение к рискам)
EFC2	Политика государства. Региональная и федеральная государственная политика и ее практическое применение в отношении общего налогообложения и налогов с бизнеса, государственного регулирования и управления. Их зависимость (или независимость) от размеров компаний, а также от того, насколько вышеупомянутые меры экономической политики поддерживают или препятствуют новым и развивающимся фирмам
EFC3	Государственные программы. Наличие программ непосредственной поддержки новых и развивающихся фирм на всех уровнях – национальном, региональном и муниципальном. В рамках данного параметра также исследуются: доступность и качество государственных программ; наличие и качество человеческих ресурсов в государственных структурах и их способность к управлению конкретными программами; эффективность служб
EFC4	Образование и профессиональная подготовка. Существующая система подготовки и обучения по созданию и управлению малым, новым или растущим бизнесом включена в общую систему образования и профессиональной подготовки на всех уровнях
EFC5	Внедрение научно-технических разработок. Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для новых, малых и развивающихся фирм
EFC6	Коммерческая и профессиональная инфраструктура. Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому, малому и растущему бизнесу
EFC7	Открытость рынка/барьеры вхождения на рынок. Стабильность торговых взаимоотношений и возможность для новых и растущих фирм свободно конкурировать с существующими поставщиками, субподрядчиками и консультантами и занимать их место. Можно выделить две составляющие в оценке данного структурного условия: во – первых, открытость рынку; во – вторых, степень изменений рынка вследствие глобализации

Окончание табл. 3

EFC8	Доступ к физической инфраструктуре. Доступность и качество физических ресурсов, включая: средства связи — телефон, почту, Интернет; основные коммунальные услуги; транспорт (дороги, воздушные/морские перевозки); землю, офисные помещения, места для парковки, арендную плату; доступность и качество сырья и природных ресурсов, которые могут являться преимуществом для потенциального роста и развития предпринимательства
EFC9	Культурные и социальные нормы. Существующие социально-культурные нормы, поддерживающие действия индивидуумов, которые приводят к возникновению новых способов ведения деловой и экономической деятельности, а также общее отношение к предпринимательству и предпринимателям
EFC10	Защита прав интеллектуальной собственности. Уровень правовой защиты новых и растущих фирм

В 2011 г. в экспертной выборке были представлены 36 экспертов. Эксперты оценили по 5-балльной шкале структурные условия развития предпринимательства и определили факторы, состояние которых положительно и отрицательно влияет на развитие предпринимательства, а также предложили меры, по их мнению, стимулирующие предпринимательскую деятельность в России. Для оценки каждого структурного условия используются 5–7 вопросов. Например, оценивая доступ к финансированию для предпринимательских

фирм, экспертам предлагается оценить доступность различных источников финансирования: собственного капитала, кредитных средств, венчурного капитала, а также правительственных субсидий. А для оценки государственной политики предлагается оценить меры государственной поддержки, с одной стороны, а также сложности регистрации новых компаний и лицензирования их деятельности — с другой. На рис. 38 представлены средние значения экспертных оценок по различным блокам.

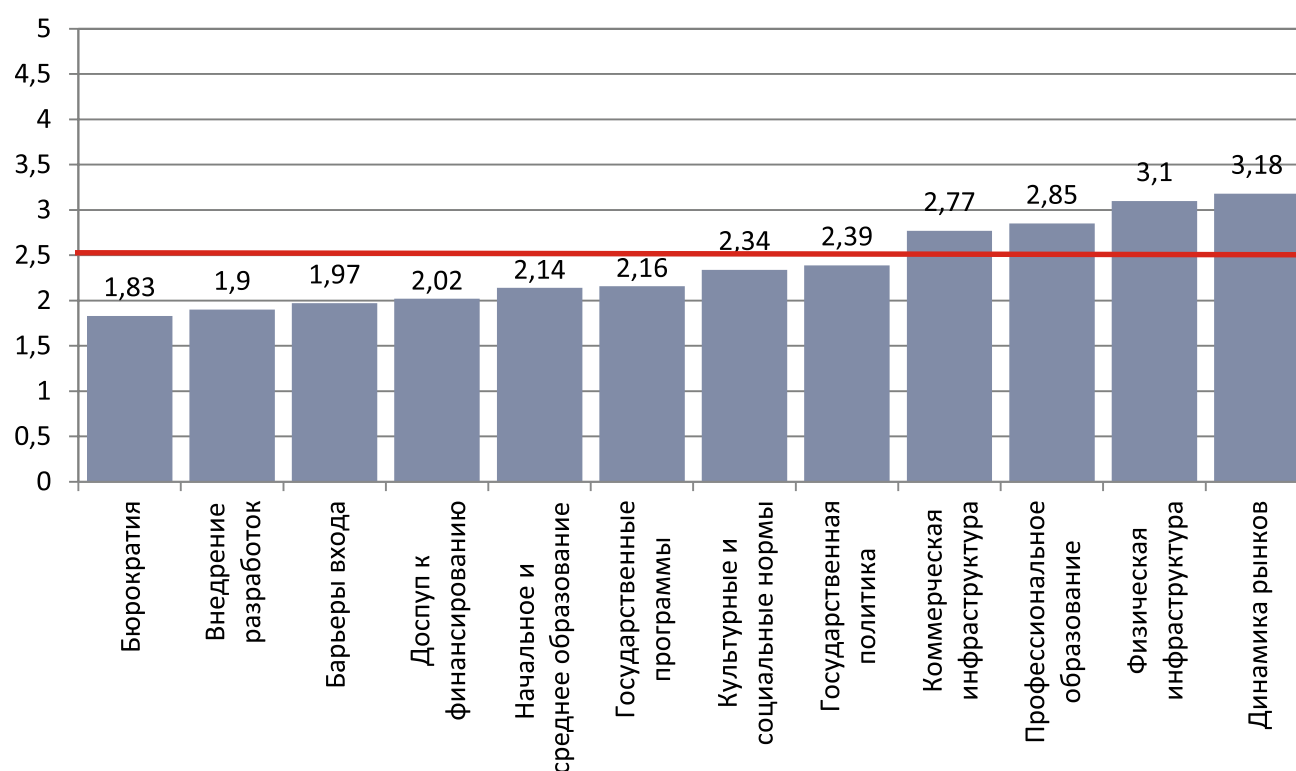


Рис. 38. Средние значения экспертных оценок структурных факторов развития предпринимательства в России, 2011 г.г., в баллах
Источник: NES Russia 2011 г.

Четыре структурных фактора — динамика рынков, состояние физической инфраструктуры, профессиональное образование и развитие коммерческой инфраструктуры — по мнению экспертов, не оказывают существенное негативное воздействие. Именно эти факторы были названы экспертами 2011 г. в числе благоприятно влияющих на предпринимательский климат России. Остальные оценки находятся в зоне ниже 2,5 по 5-балльной шкале, что говорит о том, что состояние этих факторов тормозит открытие новых компаний и развитие уже существующего бизнеса.

Традиционно в качестве фактора, негативно влияющего на развитие предпринимательства в стране, эксперты называют реализацию государственной политики (средний балл — 2,39). Критическими факторами при этом, по мнению экспертов, выступают длительность получения большинства необходимых разрешений и лицензий (1,44), а также последовательность политики государства по отношению к малым и растущим фирмам (1,94). На этом фоне относительно благополучно выглядят оценки приоритетности задач поддержки новых и растущих фирм федеральными (2,69) и местными органами власти (2,6). Однако при анализе этих двух факторов наблюдается существенный разброс оценок между высокими среди государственных служащих и низкими — среди предпринимателей и других групп экспертов.

Отсутствие в национальной культуре ярко выраженной ориентации на предпринимательство (2,34) также оказывает негативное воздействие на развитие предпринимательства в России. Особенно критично эксперты оценивают общественное мнение относительно личного успеха, достигнутого собственными силами (2,22), и поддерживаемую национальной культурой личную (а не коллективную) ответственность за собственные дела (2,23).

Еще одной из причин низкой предпринимательской идентичности российских граждан является существующая система начального и среднего образования (2,14), которая, по мнению экспертов, не позволяет сформировать у школьников знания и навыки, необходимые для открытия собственного дела (1,73), а также не поощряет в достаточной мере творческий подход учащихся, самостоятельность и личную инициативу (2,35).

Многие эксперты ставят под сомнение эффективность государственных программ поддержки малого бизнеса (2,16). Несмотря на то что эксперты считают, что существует достаточное количество программ поддержки, получить их, обратившись в одну организацию практически невозможно (1,75). Кроме того, эксперты поставили под сомнение компетентность чиновников в государственных учреждениях, зани-

мающихся поддержкой малых и растущих компаний (1,81), а также отметили избирательность программ поддержки. На этом фоне деятельность технопарков и бизнес-инкубаторов была признана достаточно эффективной (2,88).

Негативные оценки получает блок вопросов, связанный с доступностью финансовых ресурсов для новых и растущих компаний. Оценивая доступность финансирования, эксперты полагают, что предпринимательские фирмы испытывают недостаток в собственном капитале и им одинаково сложно получить доступ к государственным субсидиям. Практически недоступно для молодых компаний получение инвестиций за счет размещения акций на рынке. Все эти факторы получили оценку от 1,65 до 1,94 по 5-балльной шкале. Источником финансирования, который более доступен для предпринимателей, эксперты называют средства, привлекаемые из частных источников: друзей, родственников и коллег. Кроме того, по мнению экспертов, предприниматели могут привлекать венчурный капитал (2,34).

Если динамика рынка потребительских товаров и услуг оценивается российскими экспертами положительно, то барьеры входа, по их мнению, становятся существенным препятствием при освоении компаниями новых рынков (1,97). Новые и растущие фирмы испытывают особое противодействие со стороны компаний, утвердившихся на рынке (1,86). Высокие издержки выхода на новые рынки, наряду с неэффективным применением антимонопольного законодательства, приводят к тому, что выживаемость малых и растущих компаний невелика.

Активное обсуждение в последние два года темы развития инноваций послужило поводом пристального внимания экспертов к проблемам внедрения и передачи научно-технических разработок малым и растущим компаниям. Как и в 2010 г. этот фактор эксперты оценили крайне невысоко, поставив в среднем менее 2 баллов. По мнению экспертов, существующая система государственных субсидий не позволяет новым и растущим фирмам приобретать новые технологии (1,68), кроме того, не каждая фирма может себе это позволить (1,74). Помимо этого, отсутствует эффективный способ передачи новых научных знаний от университетов и исследовательских центров малым компаниям (1,79), а крупные сформировавшиеся компании имеют больший доступ к новым технологиям и результатам научных исследований по сравнению с новыми и растущими компаниями. Наиболее благоприятным на этом фоне выглядит тот факт, что имеющиеся в стране научно-технические разработки могут являться базой при создании высокотехнологичных предприятий мирового уровня (2,58).

Существенным тормозом для развития предпринимательства в России, по мнению экспертов, являются высокий уровень бюрократии и чрезмерное налоговое бремя на новые и растущие компании. Этот фактор получил самые критичные оценки – в среднем 1,83 балла.

Блоки вопросов экспертных интервью не ограничиваются изучением структурных факторов. В анкету включены вопросы, аналогичные используемым для изучения отношения к предпринимательству в обществе среди взрослого трудоспособного населения. Среди них такие факторы, как изучение возможностей создания нового бизнеса, оценка необходимых для создания новых предприятий умений и знаний, оценка социального имиджа предпринимателя.

Оценивая существование возможностей для создания нового бизнеса, эксперты продемонстрировали оптимизм. При этом таких возможностей, по их мнению, больше, чем людей, желающих ими воспользоваться. Кроме того, они отметили увеличение количества возможностей для новых фирм за последние пять лет. Средняя оценка этого фактора составила более 3,5 баллов. При этом вера в то, что люди могут с легкостью реализовать эти возможности, получила более низкую среднюю оценку (2,54).

При анализе результатов опроса взрослого трудоспособного населения было выявлено, что непредпринимательская часть населения крайне низко оценивает свои знания и навыки для начала собственного дела. Эксперты также считают, что большинство людей не знает, как создать предприятие и управлять им и не умеет быстро реагировать на открывающиеся возможности и привлекать ресурсы, необходимые для нового бизнеса. Средние оценки по этим факторам составили от 1,97 до 2,19 баллов.

Можно говорить также о совпадении мнений экспертов и респондентов APS в оценке социального имиджа предпринимателя. Эксперты считают, что в целом успешные предприниматели имеют высокий статус и пользуются уважением в обществе. При этом, по их мнению, предпринимательство не является желаемым выбором карьеры для большинства населения (2,64). При ответе на этот вопрос эксперты и предприниматели не были единодушны. Оценки последних были значительно выше, чем у экспертов, не являющихся собственниками бизнеса.

Отдельный блок экспертных интервью посвящен защите прав интеллектуальной собственности. Эксперты единодушны в том, что законодательство в данной области не является исчерпывающим, а правоприменение – эффективным. Новым и растущим фирмам сложно рассчитывать на строгое соблюдение авторских прав.

Последние блоки вопросов посвящены отдельным аспектам развития предпринимательства, таким как женское предпринимательство, предпринимательская деятельность с высоким потенциалом роста, инновационность фирм, интрапренерство.

Эксперты не считают, что существуют особые препятствия для женщин, стремящихся создать собственный бизнес. Способность воспользоваться возможностью не зависит от гендерных факторов, с чем согласилось большинство экспертов (3,8). Однако это имеет и обратную сторону: по мнению экспертов, эффективных программ поддержки женщин, поощряющих к началу собственного бизнеса, практически не существует.

Поскольку фирмы вносят неодинаковый вклад в ВВП, для исследователей значительный интерес представляет бизнес, имеющий высокий потенциал роста. Средняя оценка экспертов по данному блоку вопросов составила 2,84 балла. При этом достаточность инициатив, специально направленных на предпринимательскую деятельность с высоким потенциалом роста и осознание политиками ее важности, были оценены выше, чем компетентность людей, занятых поддержкой интенсивно растущих компаний.

Изучение экспертных оценок интереса к инновациям в России позволяет говорить о различиях этого интереса у потребителей и производителей товаров и услуг. По мнению экспертов, потребители выше оценивают возможность опробовать (3,33) и использовать инновационные продукты (3,14), в то время как производители не готовы экспериментировать с новыми продуктами и услугами (2,5).

Большинство экспертов отметило, что принятие стратегических решений «сверху-вниз» доминирует над принятием решений «снизу-вверх» как в крупных, так и в малых и средних компаниях (4,26 и 3,86 соответственно). Очевидно, что российские компании не поощряют предпринимательскую активность своих работников. На этом фоне достаточно противоречиво смотрится относительно высокое значение оценки фактора, описывающего поддержку работодателями наемных работников, предлагающих новые идеи (3,37).

Помимо количественной оценки структурных условий развития предпринимательства, эксперты выделяют факторы, препятствующие и способствующие улучшению предпринимательского климата в стране, а также предлагают рекомендации по совершенствованию ситуации. На рис. 39 отражены экспертные оценки факторов, оказывающих особо сильное воздействие.

Наиболее негативное влияние на развитие предпринимательства в стране, по мнению российских экс-

пертов, оказывает политика государства. Этот фактор на протяжении лет проведения экспертных интервью становится критическим при анализе условий для развития предпринимательства в России. Многие эксперты из года в год отмечают непоследовательность, непредсказуемость политики государства и слабость законодательной базы, которая не учитывает многие аспекты развития малого бизнеса. Особенное внимание многие эксперты уделяли новым положениям Налогового кодекса РФ, вступившего в силу в 2011 г., которые не только увеличили налоговую нагрузку, но и внесли дополнительную путаницу в трактовку некоторых статей.

Эксперты также считают общий социально-политический климат неблагоприятным для развития предпринимательства в стране. Во многом это связано как с неэффективным государственным управлением и разрывом между словом и делом, так и с коррупцией на всех уровнях власти, отсутствием системы защиты прав интеллектуальной собственности.

Среди факторов, препятствующих развитию предпринимательства, эксперты также отметили национальные особенности российской культуры. Предпринимательство, по мнению некоторых экспертов, не является «признанным и уважаемым способом» достижения социального статуса в российском обществе.

Финансовая поддержка также традиционно оказывается среди тех факторов, которые негативно сказываются на развитии предпринимательства в стране. Тем не менее, частота упоминания этого фактора экспертами несколько снизилась по сравнению с предыдущими годами. Слабость правового поля в области венчурного инвестирования, а также закрытость государственных систем субсидирования остаются в числе критических факторов.

При оценке факторов, стимулирующих предпринимательскую деятельность, и предприниматели и эксперты, в качестве основного потенциала развития единодушно выделяют сбалансированную и четкую политику государства. Также резервы улучшения ситуации следует искать в качестве образования, развитии государственных программ поддержки предпринимательства и доступности финансирования.

Кроме того, для улучшения предпринимательского климата экспертам предлагается выделить факторы, стимулирующие предпринимательскую деятельность. Наиболее значимыми для предпринимательства, по мнению экспертов, являются улучшение социально-политического климата, развитие культуры предпринимательства, совершенствование государственных программ, повышение эффективности государственных программ и открытость рынков.

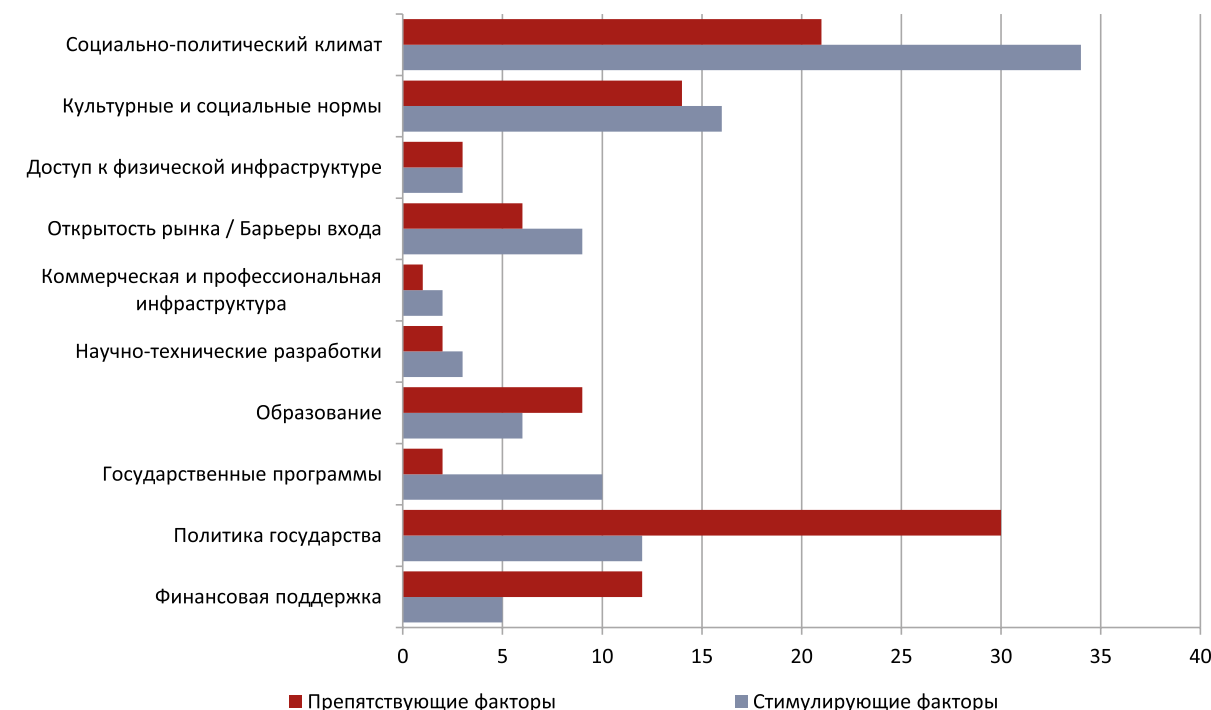


Рис. 39. Оценка российскими экспертами факторов, препятствующих и способствующих развитию предпринимательства, 2011 г., %
Источник: NES Russia 201

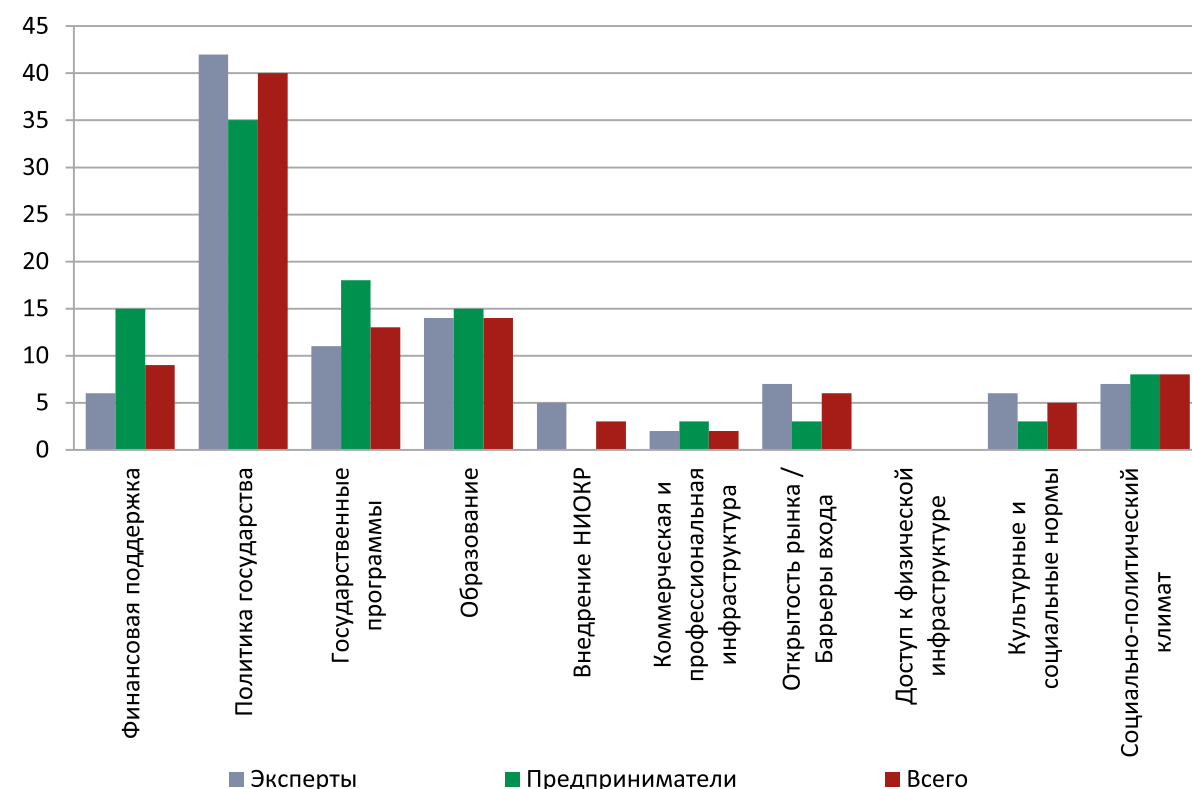


Рис. 40. Рекомендации экспертов и предпринимателей по улучшению предпринимательского климата в России, 2011 г., %

Источник: NES Russia 2011 г.

Единодушно основным потенциалом развития предпринимательства в России названа сбалансированная и четкая политика государства (рис. 40). Также резервы улучшения ситуации следует искать в улучшении качества образования, развитии государственных программ поддержки предпринимательства и до-

ступности финансирования. Интересно отметить, что предприниматели чаще высказывались по последним трем факторам, тогда как эксперты – профессионалы, как правило, акцентировали внимание на необходимости совершенствовать политику государства.

СТРУКТУРНЫЕ УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕЖДУНАРОДНОМ СОПОСТАВЛЕНИИ

Использование унифицированной анкеты для разных стран позволяет оценивать состояние структурных условий в странах-участниках проекта. И хотя давать рекомендации, основываясь на данных оценках, едва ли представляется возможным, поскольку они характеризуют структурные условия внутри страны и одинаковые значения оценки того или иного условия в разных странах может не отражать качественно-го уровня его развития, сравнение позволяет выявить критические факторы развития в разных странах. Для наглядности значения показателей были конвертированы в шкалу от -3 (очень плохое состояние структур-

ного фактора) до +3 (очень хорошее состояние структурного фактора).

По ряду факторов, таких как образование, динамика рынков, коммерческая инфраструктура, культурные и социальные нормы, не наблюдается зависимости между уровнем развития экономики страны и состоянием структурного условия предпринимательства. Очевидно, что эти факторы находятся под влиянием не только уровня экономического развития, но и отражают особенности исторического наследия или характера предпринимательства. Так, закономерным выглядит тот факт, что культурные и социальные нормы

в странах бывшего социалистического лагеря не создают стимулов для создания и развития новых компаний. Эксперты всех этих стран полагают, что культурный климат мешает развитию предпринимательства.

Оценка таких факторов, как уровень бюрократии, легкость внедрения научно-технических разработок

для малых и растущих компаний, высокие барьеры входа и защита прав интеллектуальной собственности, существенно различаются в ресурсно-, эффективно- и инновационно-ориентированных экономиках.

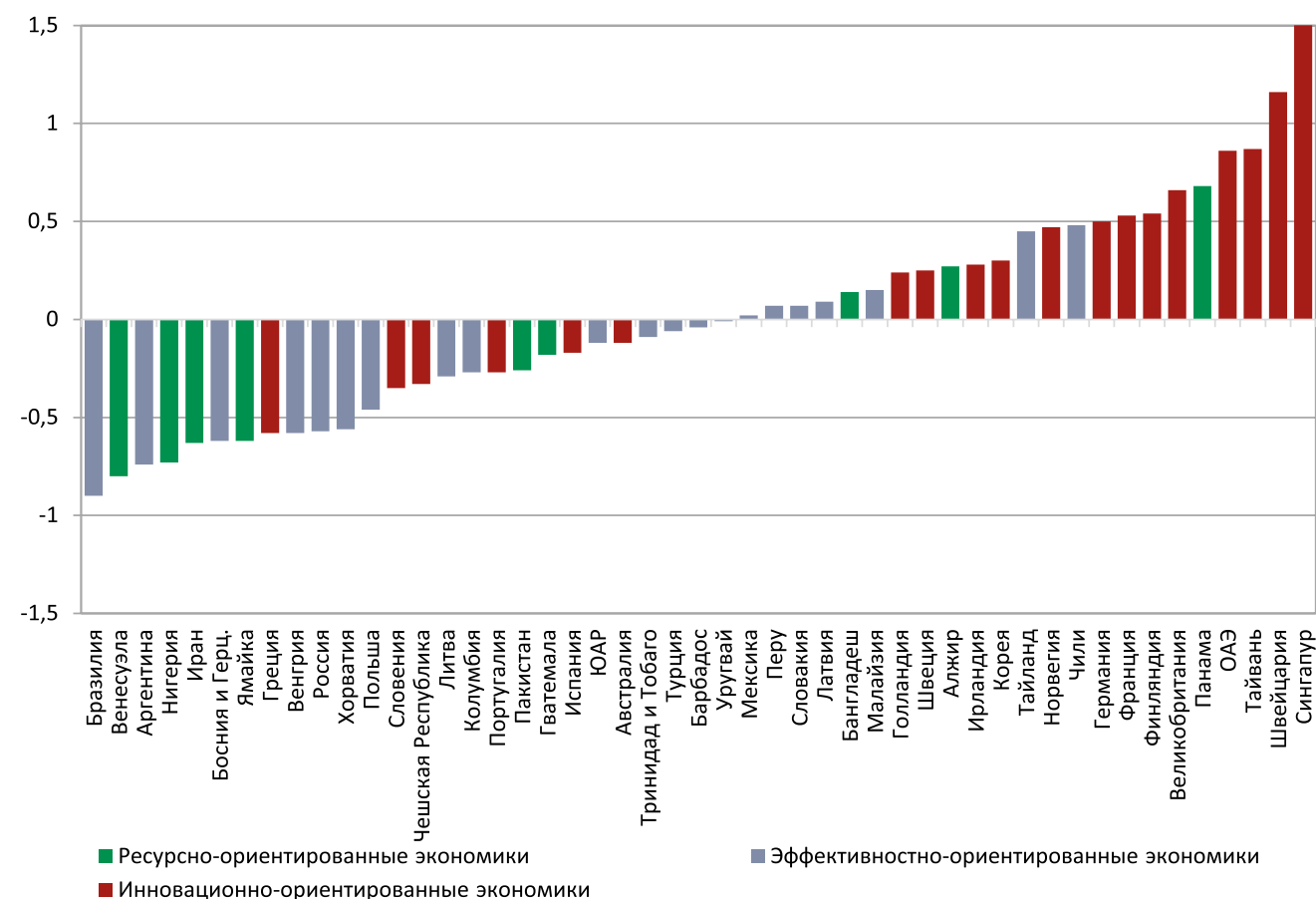


Рис. 41. Уровень бюрократии в странах-участника проекта, 2011 г.

Источник: NES 2011 г.

Как отмечалось, российские эксперты посчитали, что высокий уровень бюрократии является фактором, тормозящим развитие предпринимательства в России. Сравнение с другими странами, принимавшими участие в исследовательском цикле 2011 г., показывает, что бюрократические барьеры являются негативно сказывающимся фактором в странах со схожим уровнем экономического развития (рис. 41). В отрицательной зоне воздействия фактора находятся, например, Бразилия, Венесуэла, Аргентина, Нигерия. Вместе с тем, в большинстве европейских стран эксперты не счита-

ют бюрократию сдерживающим фактором. Исключения составляют Греция, Словения, Чехия и Португалия.

Существенные различия в зависимости от уровня экономического развития наблюдаются при оценке доступности научно-исследовательских разработок для малых и растущих компаний (рис. 42). В большинстве инновационно-ориентированных стран эксперты считают, что внедрение научно-технических разработок в целом способствует развитию предпринимательства.

Исключение составляют Греция, Словения, Чехия и Испания. Вместе с тем в Чили и Корее, характеризующихся меньшим уровнем ВВП на душу населения, по мнению экспертов, новые и растущие компании имеют доступ к инновациям. Несмотря на курс российской

экономики на модернизацию, эксперты, как отмечалось, негативно оценивают влияние этого фактора на развитие предпринимательства в стране. Такие же низкие оценки были поставлены экспертами Нигерии, Барбадоса, Словении, Пакистана и Ямайки.

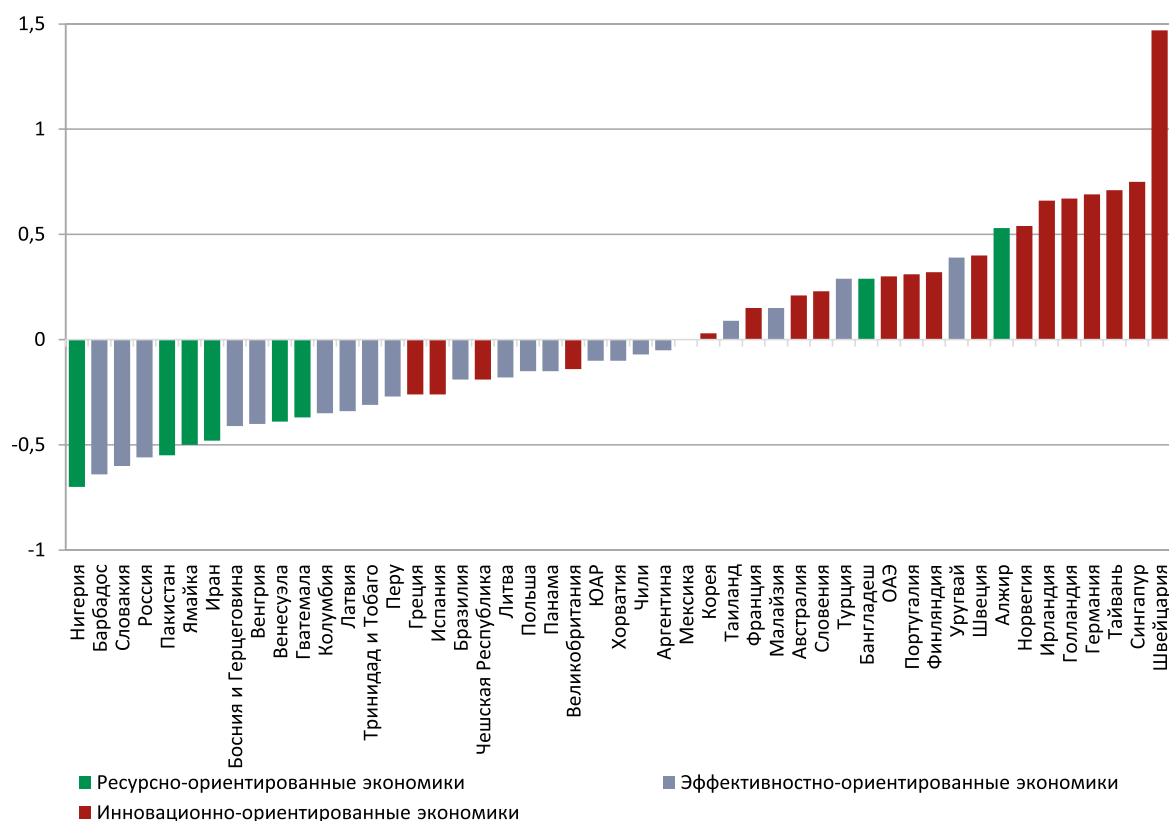


Рис. 42. Внедрение научно-технических разработок в странах-участниках проекта, 2011 г.
Источник: NES 2011 г.

Большинство экспертов в странах с инновационно-ориентированной экономикой полагает, что в целом малые и растущие компании без труда могут выйти на новые рынки и в состоянии оплатить связанные с этим издержки. Исключение составляют Франция, Испания, Греция и Корея, которые оказались в отрицательной зоне. Эксперты России, как и эксперты таких стран, как Иран, Босния и Герцеговина, видят препятствие для развития предпринимательства – высокие барьеры входа на рынок (рис. 43).

Анализ оценок по защите прав интеллектуальной собственности выявляет различия в зависимости от уровня экономического развития страны. На рис. 44 показано, что, за исключением Греции и Испании, эксперты в инновационно-ориентированных экономиках на-

ходят законодательство и его применение в большей или меньшей степени способствующими развитию предпринимательства. В большинстве же эффективно- и ресурсно-ориентированных экономик, по мнению экспертов, отсутствие механизмов защиты прав интеллектуальной собственности или их неэффективность отрицательно сказывается на предпринимательской активности граждан.

Российские эксперты эффективность законодательства в области защиты прав интеллектуальной собственности отнесли в отрицательную зону. Здесь она соседствует с такими странами, как Иран, Венесуэла, Гватемала, Пакистан, Нигерия, где соблюдения прав собственности также являются критическим фактором для развития предпринимательства.

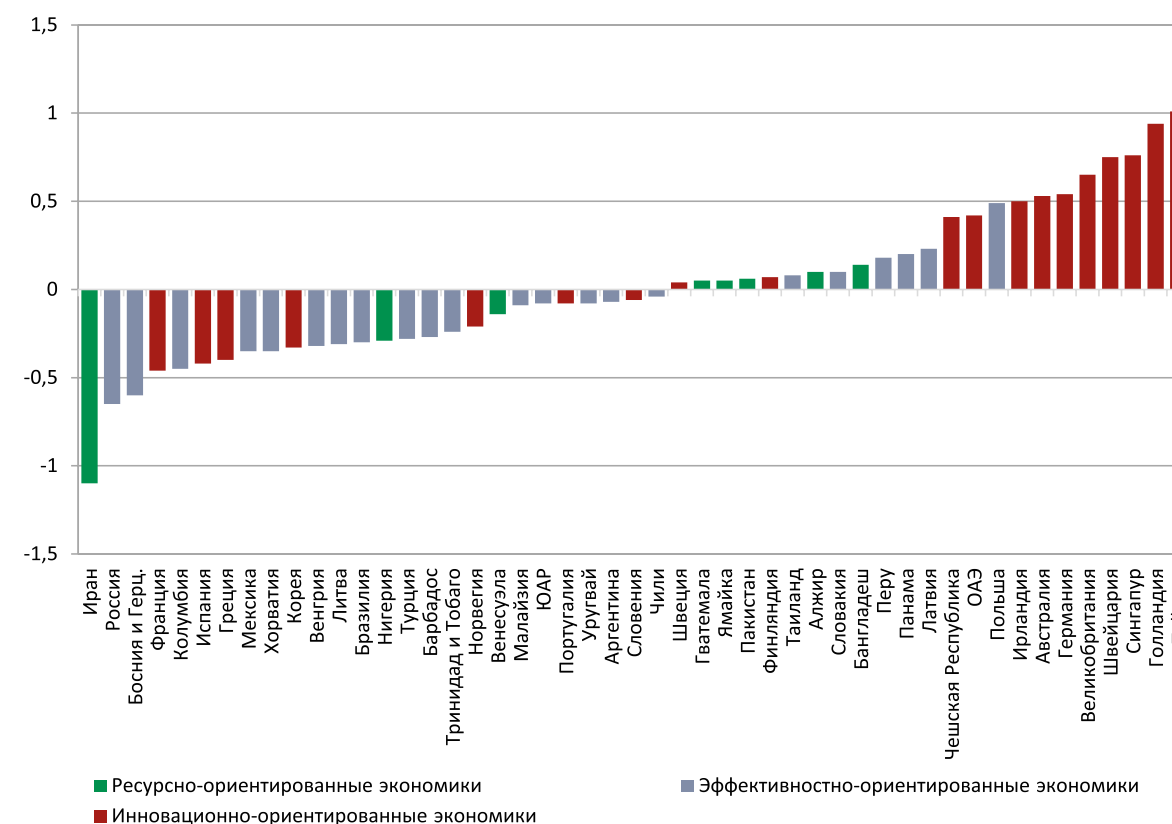


Рис. 43. Барьеры входа на рынок в странах-участниках проекта, 2011 г.
Источник: NES 2011 г.

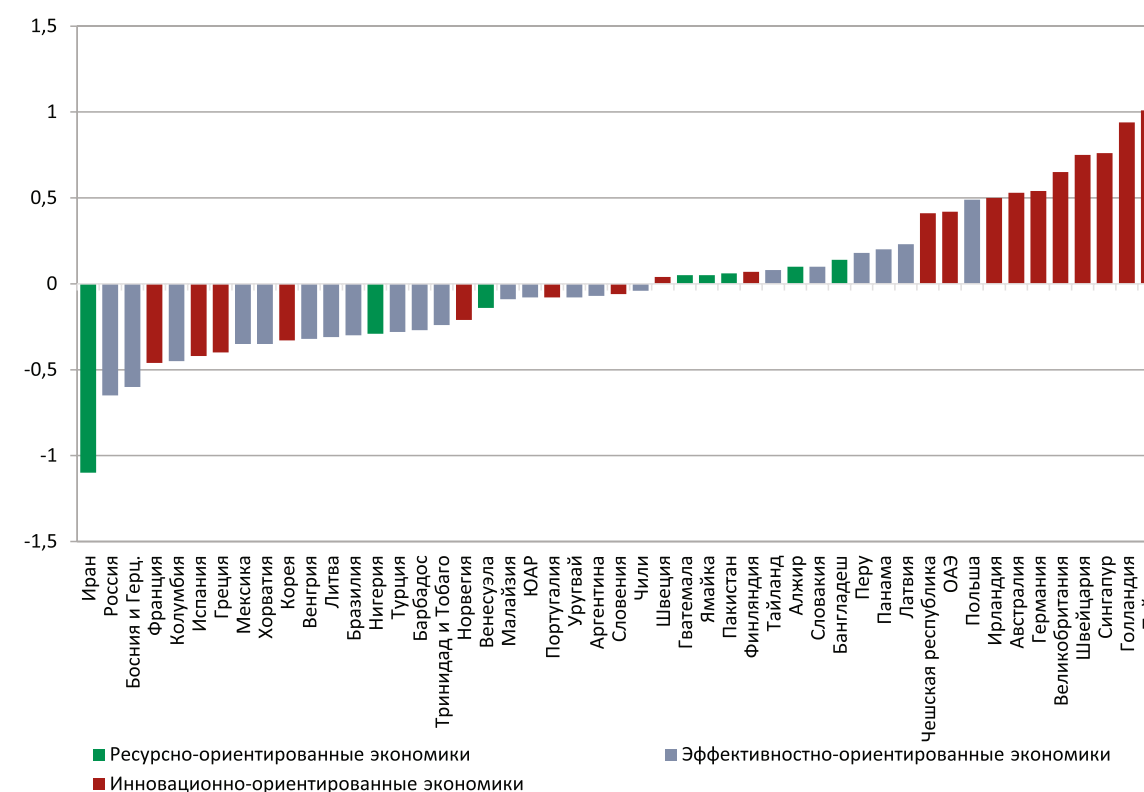


Рис. 44. Защита прав интеллектуальной собственности в странах-участниках проекта, 2011 г.
Источник: NES 2011 г.

ЛИТЕРАТУРА

Bosma N., Levie J. Global Entrepreneurship Monitor. 2009 Global Report. 2010;

Kelley D.J., Singer S., Harrington, M. Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2011, 2012;

Kelly D., Bosma N., Amoros J.E. 2011. Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report. GERA;

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ

Алимова Т. А., Образцова О. И., Чепуренко А. Ю. Предпринимательская активность россиян в условиях кризиса // Мир перемен. 2010. № 3. С. 147–162;

Алимова Т.А. Государственная политика в сфере предпринимательства: выученные и невыученные уроки // Модернизация экономики и общественное развитие, Москва, ИД ГУ-ВШЭ, 2008;

Алимова Т.А., Ченина А.В., Чепуренко А.Ю. (в соавторстве). Экономический кризис и предпринимательская активность населения России: открывать свое дело или выходить из бизнеса? // Мир России, 2011, № 2, с. 142-160;

Верховская О.Р. Факторы формирования нарождающегося предпринимательства // Вестник С.-Петерб. Ун-та. Серия Менеджмент. 2009. Вып. 2: 32–52;

Верховская О.Р., Дорохина М.В. Предпринимательская активность в современной России // Российский журнал менеджмента, 2008. 6(1): 25–52;

Верховская О.Р., Дорохина М.В. Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России (по материалам проекта “Глобальный мониторинг предпринимательства”, 2006–2010 гг.) // Вестник С.-Петерб. Ун-та. Серия Менеджмент. 2011. Вып. 4: 69–101;

Верховская О.Р., Дорохина М.В., Исследования предпринимательства в России в рамках глобального мониторинга предпринимательства: основные результаты 2006 – 2007 гг. // Вестник С.-Петерб. Ун-та. Серия Менеджмент. 2008. Вып. 3: 33–60;

Верховская О.Р., Дорохина М.В., Международный семинар «Российское предпринимательство: актуальные направления исследований» // Российский журнал менеджмента. 2008. 6(4): 180–182;

Габелко М.В. Быть или не быть предпринимателем: региональные сопоставления оценки населением России условий предпринимательского старта // Вопросы статистики, М., 2009, №5;

Габелко М.В. Оценка населением РФ перспектив

Porter, M. E., Schwab K. 2008. The Global Competitiveness Report 2008-2009. Geneva, Switzerland: World Economic Forum;

Reynolds P., Autio E. 2005. Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003. Small Business Economics 24 (3): 205–231.

развития предпринимательства: оптимисты, пессимисты и сомневающиеся - кто они? // Финансы и бизнес, СПб, 2008, №3;

Габелко М.В. Сравнительный анализ мнений населения о перспективах развития предпринимательства в регионах России // Вопросы статистики, М., 2009, № 7;

Егоренков А.Г. Инновационная активность российского предпринимательства: проблемы измерения и опыт эмпирических исследований // «Вопросы статистики», №1, 2011, стр. 46-53;

Мурзачева Е.И. Об источниках финансирования стартующих бизнес-проектов в кризисных условиях // «Вопросы статистики», 2011, №3, с. 39-47;

Образцова О.И., Global Entrepreneurship Monitor” в России: некоторые предварительные результаты // Модернизация экономики и общественное развитие, Москва, ИД ГУ-ВШЭ 2008;

Образцова О.И. Возможности статистического изучения раннего предпринимательства в России: уровень и качество предпринимательского потенциала // «Вопросы статистики», №7, 2009;

Образцова О.И. Гулеева Ю.А. Нарождающееся предпринимательство в различных типах поселений: выбор населением экономического поведения в условиях глобального кризиса // «Вопросы статистики», №11, 2009;

Образцова О.И. Практическая бизнес-статистика. Глава 3, учебник, Москва, ИД ГУ-ВШЭ, 2008;

Образцова О.И., Чепуренко А.Ю. Развитие российского частного предпринимательства в межстрановом сопоставлении // Вопросы экономики, 2008, № 8;

Теория предпринимательства в России: новые подходы и результаты: По материалам «Глобального мониторинга предпринимательства»/ Под ред. Алимовой Т.А., Образцовой О.И., Чепуренко А.Ю. (отв. ред.) Вступит. статья Е.Г. Ясина. М.: ГУ-ВШЭ, 2010;

Чепуренко А.Ю. Раннее предпринимательство

в России: промежуточные результаты GEM // Мир России, 2008, № 2;

Широкова Г.В., Арепьева М.А., Молодцова М.Ю. Влияние социальных сетей на разных этапах развития предпринимательской фирмы: результаты анализа данных глобального мониторинга предпринимательства в России // Вестник С.-Петерб. Ун-та. Серия Менеджмент, 2009. Вып. 3: 3–31;

Широкова Г.В., Управление предпринимательской фирмой: учебник. СПб.: Издательство «Высшая школа менеджмента», 2011;

Чепуренко А. Entrepreneurship and SME Policies in the 21st Century – The Example of Russia // Handbook of Research on Entrepreneurship Policies in Central and Eastern Europe, ed. by David Smallbone, Friederike Welter. Cheltenham: Edward Elgar Publ., 2011, p. 190-209;

Чепуренко А. Small entrepreneurship and entrepreneurial activity of population in Russia in the context of economic transformation // Historical Social Research, 2010. № 35 (2);

Gabelko M.V., Vinogradov E. Entrepreneurship among Russian immigrants in Norway and their stay-at-home

peers // Journal of Developmental Entrepreneurship, 2010. № 4 (Vol. 15). С. 461–479;

Murzacheva E. Strategies of Financial Resource Attraction by Nascent Entrepreneurs in Russian Federation Compared with World Wide Tendencies. In: Research in Economics and Business. Tallinn: Publ. house of Tallinn University of Technology, 2008;

Obraztsova O., Chepurenko A. Entrepreneurial activity in Russia in cross-national comparison: Global Entrepreneurship monitor 2006-2007 - Proceedings of the Academy of Innovation and Entrepreneurship, Beijing, China, Intellectual Property Publishing House, 2008;

Obraztsova O., Chepurenko A. Entrepreneurship and Socio-Economic Development in Cross-Countries Analysis, in: Strategic Entrepreneurship – The Promise for Future Entrepreneurship, Family Business and SME Research? Papers presented to the Rencontres de St-Gall 2008, U. Fueglistaller, T. Volery, W. Weber (Eds.). St. Gallen: KMU-Verlag HSG, 565 S.;

Tsyganova T., Shirokova G. Gender Differences in Entrepreneurship: Evidence from GEM Data // Organizations and Markets in Emerging Economies, 2010. Vol. 1(1), pp. 120-141.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА GEM РОССИЯ

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) развивается на базе Факультета менеджмента, открытого в 1993 г. в партнерстве со Школой бизнеса им. У.А. Хааса Калифорнийского университета в г. Беркли, в рамках Приоритетного национального проекта «Образование». Ключевые дипломные программы – Executive MBA, магистратура, бакалавриат – имеют международные аккредитации (AMBA, CEMS, EPAS). ВШМ СПбГУ (единственная российская бизнес-школа) принята в крупнейшую ассоциацию ведущих бизнес-школ мира – PIM, является членом многих престижных профессиональных ассоциаций: AACSB, EFMD, GRI, РАБО, Ассоциации менеджеров России. Авторитетный центр научных исследований в области менеджмента, регулярно проводит международные конференции и семинары. Школа – важная коммуникативная площадка для выступлений лидеров международного академического и делового сообществ, а также диалога бизнеса, ученых и представителей государственной власти.

Официальный сайт ВШМ СПбГУ: www.gsom.spbu.ru

Чепуренко Александр Юльевич

профессор, декан факультета социологии НИУ ВШЭ, научный руководитель НУЛ исследований предпринимательства НИУ ВШЭ

achepurenko@hse.ru

Верховская Ольга Рафаиловна

к.э.н., доцент кафедры международного и стратегического менеджмента ВШМ СПбГУ

verkhovskaya@gsom.spbu.ru

Габелко Мария Владимировна

к.э.н., старший преподаватель кафедры статистики НИУ ВШЭ

gabelko@hse.ru

Дорохина Мария Вадимовна

к.с.н., ведущий специалист Центра предпринимательства ВШМ СПбГУ

dorokhina@gsom.spbu.ru

Мурзачева Екатерина Игоревна

научный сотрудник НУЛ исследований предпринимательства НИУ ВШЭ

emurzacheva@hse.ru

Образцова Ольга Исааковна

к.э.н., Заведующая НУЛ исследований предпринимательства НИУ ВШЭ

oobraztsova@hse.ru

Сотрудники НУЛ исследований предпринимательства НИУ ВШЭ:

Демьянова Ю., Забелова Т., Неуважаева М., Шуклин В.

Магистранты ВШМ СПбГУ: Дашкевич Д., Балабанова М., Чернышев С.

Национальный исследовательский университет

Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ, Москва) учрежден 27 ноября 1992 г. Постановлением Правительства России. Решением конкурсной комиссии Министерства образования и науки РФ от 7 октября 2009 года в отношении ВШЭ установлена категория «национальный исследовательский университет». Постановлением Правительства РФ от 23 декабря 2010 года № 1109 «О создании федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» университет получил новое название и статус автономного образовательного учреждения. До этого носил официальное название ГУ-ВШЭ. Один из лидеров российского высшего образования и крупный исследовательский центр.

Официальный сайт НИУ ВШЭ: www.hse.ru

Высшая школа менеджмента
Санкт-Петербургского
государственного университета

Россия 199004 Санкт-Петербург
Волховский пер., 3
www.gsom.spbu.ru